セールスライターの教科書

サラリーマンの大逆襲

上司や会社に使われるな！セールスライターとしての力を身に着けて、
上司と会社を使って、自分と会社と社会を変えていけ！主役は君だ！

セールスライターを副業から始めて、会社の給料以外に毎月 30 万円以上を稼ぐ方法

「さあ、戦う自分を手に入れよう」

■著者：HIRO
■ウェブサイト：http://worklifestyle.jp/
■メールアドレス：marketingenjoy0518@worklifestyle.jp

1. 目次

内容

2. 著作権について

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

【推奨環境】

このレポートに記載されている URL はクリックできます。

できない場合は最新の AdobeReader を下記のページよりダウンロードしてください。（無料）

http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html

3. はじめに

なぜ、一生懸命に働いても給料は増えないのか！？

このレポートは「サラリーマンとして働きながらも、会社の給料以外に月々30 万円以上を稼ぐ方法」について書かれたものです。

このレポートは特に「今、サラリーマンとして働いている。毎日一生懸命に働いて、残業もしている。でも、その割には収入が伸びず、自分や自分の家族の将来に不安を持っている」という方にぜひ、読んで欲しいと思っています。

なぜなら、はじめから残酷なことを言うようですが、あなたがどんなに優秀で一生懸命に努力していたとしても、会社というシステムの中で働くだけでは、残念ながらこの先、あなたの給料は大きく増える見込みはないからです。

その理由は偉い学者の先生方に聞くまでもなく、日本市場が構造的に成熟しきってしまっているからです。

日本経済が右肩上がりの時とは違い、今は少子高齢化の影響で国内市場はどんどん縮小してきてしまっています。

その上、グローバル化と IT 化の流れの影響で日本国内の仕事は人件費の安い外国にどんどん流れていき、人間が行っていた仕事は機械やコンピューターに置き換えられていっています。あなたがどんなに働き者だとしても、あなたよりも 10 分の一のコストで働いてくれる人がいれば、仕事はそちらに行ってしまうのは当然の流れです。また、あなたがどんなに長時間働いたとしても、機械やコンピューターでもできる仕事であれば、それらに置き換わることは自然の流れです。

この流れは、ちょっとやそっとがんばったからといって覆されるものではありません。一時的な景気の良し悪しの問題ではなく、構造的な問題なのです。

つまり今は、あなたにとって稼ぎ続けることが最も難しい時代なのです。

あなたがどんなに優秀でも、**会社というシステム**の中で働いているだけでは、お金持ちになることはできません。

また、万が一、業績を上げ続けながら社内政治にも気を配って、なんとか頑張って出世をしたとしても、その地位は決して安泰ではありません。あなたには、次々に現れるたくさんの若いライバル達との終わりのない競争が待っています。その先には、果てしない消耗戦が待っています。

それから、僕は一度、起業をして従業員に給料を払っている経験があるので実感できるのですが、あなたの給料は単純にあなたの業績だけでは決まりません。経営者が給料を決める時はまず、会社全体の業績を考えます。その次に事業ごとの業績を考え、今後に見込める売上・利益から原価、販売費及び一般管理費、その他経費をすべて差し引き、そして最終的には他の社員とのバランスを考えながらあなたの給料を決定します。

あなたはまどろっこしいように思うかもしれませんが、このシステムは決して悪いわけではありません。なぜなら、会社はこのようにして、中長期的に会社を倒産させないように絶妙なバランスを保っているのです。会社が倒産してしまえば、あなたの給料もたちまちゼロになってしまうのですから我慢せざるを得ません。

起業も投資もしなければお金持ちになれない

はっきり言っておきたいと思います。一生懸命に働くことは尊いことです。働くことは美徳です。しかし、一生懸命に働いているだけでは、お金持ちになれません。なぜなら、今、あなたはサラリーマンとして働いているのなら実は、あなたは自分のビジネスのためではなく他の誰かのビジネスのために働いているからです。

一般的な会社の社長を考えてみてください。彼はお金持ちです。彼自身ももちろん、一生懸命になって
働いています。しかし、普通のサラリーマンと社長との決定的な違いがあります。

それは、自分のために働いてくれる人を持っているかいないかです。社長は会社・従業員という、彼をお金持ちにするためのシステムを持っています。たくさんの人間が彼をお金持ちにするために働いているのです。社長でもあり、従業員でもある彼をお金持ちにするための応援団をつくっているのです。サラリーマンには当然、そんなものはありません。

では、あなたはこの先、そんなシステムの中で働き続けたいと思いますか？

・毎日、満員電車に揺られて通勤・・・。
・平日の残業、土日の出勤も当たり前・・・。
・無能な上司や部下の顔色をうかがいながら仕事をする毎日・・・。
・口がうまく、声がでかく、利益誘導が上手い奴が目立って出世していく・・・。
・真面目に仕事をしている人は、小利口な奴に使われて損をする・・・。
・毎月の給料だけでは、家族を養っていくのにギリギリだ・・・。
・いつしか志を忘れ、社内政治に明け暮れるようになる・・・。

そんな不安や不満を感じながら、この先も変わらずに働き続けたいと思いますか？

僕は間違いなく「No！」でした。会社の事情も分かっていましたが、僕自身には明確な収入目標がありました。

だからこそ、僕は「会社に勤めながらもセールスライターになる」というキャリアを選択しました。つまり、他人のために働くだけでなく、自分のためにも働くことに決めたのです。

その結果、会社の給料以外に毎月 30 万円以上の収入を確保することができ、今では会社にも貢献しながら、自由なスタイルで仕事ができるようになりました。

セールスライターになって何よりも良かったことが、恐れなくなったことです。組織で働いているとどうしても自分自身の身の安全を優先して、全体の意見に流されてしまうことがあります。そうなると、本当は会社のためになるような思い切った提案を持っていたとしても、それを実行することに躊躇してしまうようになってしまいます。それが続くと、いつしか成果を上げるために仕事をするではなく、給料をもらうためだけに会社に来るようになってしまいます。

僕はこのようになっていく人をたくさん見てきました。というか今の時代、全体の意見に流されずに自分自身の仕事を全うできるほど強い人は数少ないのではないでしょうか。僕はそんなふうに働くことは嫌でした。

給料をもらうためだけに会社に来る人が増えたら、会社では何が起こるのでしょうか？

それは、プロジェクトの失敗です。以前、NHK で放送していたプロジェクトＸではないですが､会社は数々のプロジェクトで成り立っています。ひとり一人の社員が思い切った提案や行動ができなくなってしませば当然、数々のプロジェクトは失敗に終わってしまいます。

会社は、

無数のプロジェクト

で成り立っている。

僕はこれまでにセールスライター、産業カウンセラーとして、そして一人のビジネスパーソンとして、このような現場を数多く見てきました。そして、その度に「ひとり一人はとても優秀なのに、それを活かす術がないために現場が混乱してしまっている。なんとかしなければ・・・」と感じてきました。

そこで、僕はセールスライターとしての腕を磨き続けること。そして、セールスライターとして、数々のプロジェクトを成功させるための支援を行い続けることを決意しました。

しかし、僕一人の力だけでは限りがあります。

そこで、もう一つ僕が決めたことは、会社ではなくあなた個人を支援することでこの現状を変えることです。

この現状は綺麗ごとを言っているだけでは決して変わりません。強いエネルギーが必要なのです。

このことが、僕がこのレポートを書いた一番の理由です。

僕は、あなたにどんな揺さぶりにも崩れない「情熱」と「スキル」、そして自ら生み出すことができる「稼ぎ」を武器として本業、副業を問わず、数々のプロジェクトの成功請負人になって欲しいのです。

そうなるためには、セールスライターとしてのキャリアを選択することが不可欠であり、最短・最速の道なのです。これこそが、僕がこのレポートで一番、あなたに伝えたいことなのです。

まだ、会社や辞めるな！

でも、たとえ今のサラリーマンとしての働き方に不安や不満があったとしてもすぐに会社を辞めてはいけません。

今のサラリーマンとしての働き方に不安や不満があり、会社を飛び出したとしても現実はそれほど甘いものではありません。仮に起業をするのであればすべてを自分で行い、すべての責任は自分自身で負わなければなりません。そこで、まずは労働者でありながら、経営者的価値観で働くことのトレーニングを行うのです。

つまり、本業、そしてセールスライターとしての副業にも真剣に取り組むことで、本業での経験を副業に活かし、副業での経験を本業に活かし、相乗効果を生み出すのです。

僕はあなたには、セールスライターとして成功を収めて欲しいと思っていますが同時に、あなたの勤める会社にとって不可欠な人材となって、労働者としての成功も収めて欲しいのです。

セールスライターとしての力量を身に着けたあなたは、どこでもやっていけるでしょう。しかし、あなたが会社を離れてしまっては会社の損失です。あなたが必死で身に着けたセールスライターとしての力は、あなた自身を充実させると同時に、あなた自身の職場を救うことにも使って欲しいのです。

僕はあなたの個人的成功に真剣です。でも、僕はセールスライターであると同時に産業カウンセラーです。ですので、個人の成功だけでなく個人の集まりである会社、社会の成功にも真剣でなければならないのです。

「大卒で一流企業に入社すること」

現代では、これが成功のロールモデルみたいになっていますが現実を見れば、そのモデルも徐々に崩れ去ってきています。今の時代、いつリストラされるか分かりませんし、減俸や減給になったりすることも珍しくありません。

また、昔は 60 歳が仕事の一つの区切りでしたが、今は 70 歳まで働き続けることを奨励するような雰囲気になってきています。

学校を卒業して、40 年～50 年近く働いていれば、いろいろなことが起こります。仕事も生活もずっと安定というわけにはいきません。そんな社会の中で生き抜き、素晴らしい仕事を成し遂げていくには最低限、自分の身は自分で守れるような「戦う自分」を創り上げる必要があります。

その具体的な方法として、あなたに提案したいのが「セールスライターとしてのキャリアを選択すること」なのです。

労働者として働き続けるにしても「働く価値観を変えること」、そして「具体的なスキルを身に着けること」で、あなたの働き方は大きく変わります。

会社を辞めてはいけません。会社と Win-Win 関係を築きながら、会社を利用するぐらいのしたたかさを持つ「戦う自分」を創り上げましょう。

では、どのような価値観で働くのでしょうか？

それは、「自分は自分自身の経営者」としての価値観を持って働くのです。自分自身のかけがえのない人生を他者に委ねてはいけません。自分自身の足で立つのです。

そのために会社の看板や資金を利用して、会社を自らを磨く場、それから大きなプロジェクトに挑戦する場として位置付ければいいのです。会社や他人に自分自身を自由に使わせてはいけません。逆に、自分自身が Win—Win の関係を築きながら、会社や他人を利用するぐらいのしたたかさを持っていきましょう。

人間は２種類に分かれます。それは「巻き込む人」と「巻き込まれる人」です。

「巻き込む人」としての意識と行動、そしてそれを裏付けるだけのスキルを身につければ、あなたはどこでもやっていけるような「最高の人材」になることができます。共に学び、実践していきましょう。僕も最高の人材になることを目指して、研鑽を続けていきます。

4. 自己紹介

自己紹介が遅くなりました。僕はHIROと言います。

僕は今、東京の銀座で新規事業開発責任者、そしてセールスライターとして働いています。また、産業カウンセラーとして、独立したばかりの個人や会社をリストラされてしまった個人が、自分の「強み」を生かして働き続けることができるような支援を行っています。

具体的にどんな事業を行っているかというと主に個人事業主、中小企業の経営者の「売上と利益不足」の問題を解決するための集客支援を行っています。「他にはない付加価値を作る方法」や「売れる商品・サービスの作り方」、「計画を確実に実行する方法」などの指導、それからウェブサイト（ホームページ）の作成代行と運用支援、そして、ウェブのセールスライティング指導及び代行を総合的に行うことにより、成果に直接コミットしていくような仕事をしています。

なぜ、このレポートを書こうと思ったのか

なぜ、僕がこのレポートを書こうと思ったかというと、ほとんどの個人や会社は、継続的に稼ぎ続けるために絶対に不可欠な「セールスライティング」と「ダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）」を知らな過ぎると感じたからです。

それらを知らないがために、社員のかけがいのない情熱、時間、労力、そして会社のお金を浪費してしまっている現実があるからです。その結果、職場ではリストラが行われたり、社員が過労で倒れたり、それから、社員同士が内向きになって、お互いの足を引っ張り合い出したりと悲しいことが起こっています。もうこれ以上、このような現状を放置しておけません。

僕は事業家、セールスライターでありながら、個人としては産業カウンセラーとして活動しています。産業カウンセラーの使命とは「仕事現場における心の専門家」として働く人、ひとり一人を支援することにあります。

問題が起こってからでは手遅れです。正論を言っても意味がありません。具体的な行動として、それを解決していかなければ、変わりません。そこで、僕は現在の事業で得た知識と経験を最大限に生かすことで「個々人が会社や社会に頼らなくても経済的に自立できるような能力を持つこと」を支援することで、会社と社会を活性化させていく活動を始めることにしたのです。

志を持った個人がいて、その個人が強くならなければ、会社や社会が強くなるはずがありません。あなたにもぜひ、「セールスライターとしてのキャリア」を選択することで、会社内の下らない足の引っ張り合いや権力闘争なんかに惑わされず、あなたの志にまま、あなたの全能力を使って社会に貢献する働き方を実現することにより、今よりもたくさん稼いで欲しいと心から思っています。

僕の話はポルノではありません

ただし、これから僕がお話することは間違っても「金儲け」の話ではありません。

これから僕があなたにお話することは「ビジネス」と「キャリア」の話です。「金儲け」はギャンブルと同じように、一時的なものです。稼げたとしても、あなたには何も残りません。一方で「ビジネス」と「キャリア」は、継続的なものです。稼ぎながら、その経験はあなたの中に確実に蓄積していきます。

もし、あなたが巷でよく見るこのようなものキャッチフレーズのようなものを求めているのなら、残念ながら、それはこのレポートの中にはありません。

・楽をして不労所得を稼ぐ 3 つの方法・・・
・1 日 10 分の作業で毎月 10 万円以上を稼ぐ方法・・・
・今まで稼げなかったのはあなたのせいではありません。あなたは騙されていたのです・・・

「楽して稼ぐ系ポルノ」
にはまってはいけない。妄想ではなく、現実を生きろ！

僕はこれらを称して「楽して稼ぐ系ポルノ」と呼んでいます。

ポルノは妄想です。あなたがどんなにたくさんのポルノを買ってもモテるようになんかなれませんし、素敵な彼女、彼氏と付き合えるわけがありません。

ポルノは妄想です。同じように「楽して稼ぐ系」の知識や情報も妄想です。妄想の世界に触れているうちは気持ちいいかもしれませんが、あなたの現実は 1 ミリも変わることはありません。

当然、楽して稼げるほど、ビジネスは甘いものではありません。それは、本業でも副業でも同じです。仕事の本質は「誰かの役に立つこと」です。自分のことばかり考えていたり、夢物語のようなことばかり言っているだけでは、決して誰かの役に立つような力は身に付きません。

ビジネスの本質は、究極的には相手の問題、痛み、悩み、願望を解決することにあります。

あなたがどんなに良い人でも、あなたに目の前の相手の問題、痛み、悩み、願望を解決できるだけの能力がなければビジネスは成立しません。相手はあなたから買わないでしょうし、買ったとしても買い続けることはありません。

「相手の役に立ちたい」という思いは尊いものです。ビジネスの原点はここにあります。しかし、本当に相手の役に立てるかどうかは、その思いを持ち続けながら、どれだけ自分自身を「戦う自分」、「頼りになる強い自分」に成長させていけるかにかかっているのです。

答えは「セールスライターという職業」を選ぶことにある

では、どうすれば「戦う自分」、「頼りになる強い自分」を創り上げることができるのでしょうか？

努力は当然必要ですが、僕はやみくもに努力することには反対です。目的を達成することを忘れて、努力している自分自身に陶酔するようになってもらっても困ります。

僕の答えは「セールスライターという職業の選択」をすることです。つまり、「集客に悩む会社や個人を支援するための具体的な知識とスキル」を身に着けることを決意することにあります。なぜなら、セールスライターとしての能力を身に着けることができれば、本業でも副業においても「稼ぐ力」を身に着けることができるからです。

セールスライティング力はすべての働く人に必要不可欠なスキル。**職種に関係なく、あなたは常に、誰かに何かを売らなければならない。**あなた自身のキャリアも含めて。

セールスライターは簡単に言えば、誰かに何かを売るために必要となるすべての言葉や文章を書くことができる人のことです。

「自分は営業職じゃないから関係ないよ」

もしかしたら、あなたはそう思うかもしれませんが、セールスライティング力はすべての働く人に必要なスキルです。

なぜなら、あなたが売っているものは、あなたの会社の商品・サービスだけではないからです。同時にあなたは「自分自身のキャリア」というあなたにとって唯一の商品・サービスを現在の雇用主、もしくは未来の雇用主に売っているのです。

あなたは「あなた自身」を安売りしていませんか？

セールスライターになるということは、何か特別な資格を取ることではありません。

セールスライターになるということは、セールスライターとしての知識・経験を身に着けるということです。したがって、セールスライターとしてのキャリアは誰でも、いつでも、どこにいても始めることができるものなのです。

このレポートの構成

このレポートは、このような「3 部構成」になっています。

第1部　セールスライターの稼ぎの構造

まずは、セールスライターとしての働き方、そして稼ぎの構造について理解していきます。ぜひ、自分自身が実践することをイメージしながら、読み進めてください。

第2部　セールスライターの最大の武器：コピーライティング力

セールスライターとして必ず身に着けなければならないコピーライティング力（セールスライティング力）の本質部分の紹介になります。これから自分自身が学び、実践することになるコピーライティング（セールスライティング）の威力と魅力について、実感してください。

第3部　セールスライターとして腕を磨く方法：副業から第一歩を踏み出す

何事も一番難しく、勇気がいることは第一歩を踏み出すことです。

「はじめたら半分なしたことになる、賢からんと努めよ」
（着手すれば、すでにその半分を終わらせたのと同じである。だから賢くあれ、という教訓）

『ローマの名言 一日一言』 より

そこで、第一歩を踏み出すための具体的方法を紹介します。

そして、具体的に行動をすればたくさんの個別具体的な疑問や質問が出てくると思います。

楽しいことを一緒にやった仲間は 本当の仲間じゃない
苦しいことを一緒にわけあった仲間が 本当の仲間だ

–義家弘介（よしいえ ひろゆき）

僕はあなたの仲間として、できる限りの支援をしたいと思っています。なぜなら、自分自身を励ます最上の方法、それは誰かを励まそうとすることだからです。共に学び、実践していきましょう。このレポートは、脚色は一切なくして、僕自身の本音を渾身の力で書きました。多少、歯に衣着せぬところがあると思いますが、何かを感じ取ってもらえたらうれしく思います。

第１部　セールスライターの稼ぎの構造

5. セールスライターとはどんな職業なのか？

一体、セールスライターとは、どんな職業なのでしょうか？

広告の世界では、広告やコマーシャルにおいて販促メッセージを伝えるために使う言葉を”広告コピー”といいます。そして、これらの言葉を書く人のことを”コピーライター”と呼んでいます。

同じように、”セールスコピー”という言葉がありますが”セールスコピー”とは、相手に何かを売るための言葉や文章のことを指します。そして、これを書く人のことを“セールスライター”といいます。

僕はよく「セールスライターの仕事の需要はどれくらいあるのですか？」と聞かれることが多いのですが、その答えは無限です。

セールスライターって仕事あるの？

セールスライターの仕事は無限にある。世の中から「売ること」がなくならない限り、優秀なセールスライターは常に求め続けられています。

なぜなら、この仕事はこの世の中からセールス、つまり「売る」という仕事がなくならない限り、常に必要とされるからです。今、これまで、これからもセールスの仕事はなくなることはありませんし、むしろ増えていくことになるでしょう。

他にも「セールスライターと営業の違いはなんですか？」と聞かれることも多いのですが、その違いは「あなたの他に、優秀な営業マンを創ることができるかどうか」にあります。営業マンに求められることは、基本的には１対１のセールスの場において相手に商品・サービスを売ることにあるのに対し、セールスライターには「紙やウェブサイトなどの媒体上で商品・サービスを売ることができる営業マンを作り出すこと」、つまりセールスレターを書くことが求められます。

一度、売れるセールスレターができてしまえば 24 時間 365 日、放っておいても、そのセールスレターがたくさんの見込み客を連れてくるようになります。つまり、会社経営者にとって営業マンとセールスライターを雇うことの大きな違いは、ビジネスを自動化できるか否かにあるのです。営業マンを１人雇っても１日 8 時間ぐらいしか働けませんし、同時に彼らのモチベーションも維持しなければなりません。しかし、セールスライターを１人雇えば、文句の１つも言わずに 24 時間 365 日働いてくれる営業マン（セールスレター）をたくさん作り出してくれて、会社の集客とセールスを自動化することができてしまうのです。

セールスライティングはよく錬金術にたとえられます。

たとえば、「見出し」に使う言葉の選択一つで売上が 2 倍になったり逆に、半分になってしまったりするのです。

つまり、売っている商品・サービスは何も変わっていないにも関わらず、言葉の選択一つで得られる収益が大きく変わってしまうのです。

しかも、インターネットを使った場合は、わずかなコストで日本全国の人たちにメッセージを発信することができるので、個人であっても最小のコストで最大の利益を稼ぎ出すことが可能になります。

アメリカと比べると、日本ではまだまだセールスライターは職業として認知されていません。

中小企業経営者の悩みランキングトップ３

１．売上が伸びない
２．資金がない
３．人材が育たない

その原因は、セールスライターという職業は、アメリカではすでに最も稼げる職業と認知されているにも関わらず、日本においてはまだまだ、それができる人材が不足している職業なのです。

多くの会社や個人事業主の最大の悩みは、売上が伸びないこと、資金がないこと、そして人材が育たないことです。

セールスライターには、それらの悩みを一気に解決できる力があります。つまり、彼らにとって、セールスライターは救世主のような存在なのです。

従って、「セールスライターというキャリア」は高い収入が得られるだけでなく、多くの人々に尊敬される誇り高い職業の選択でもあるのです。

6, セールスライターの働き方とは？

セールスレターを書くのに、時間と場所は関係ありません。成果を上げることができるセールスレターを約束した納期までに書き上げることができれば、あなたは好きな時に好きな時間だけ働くことができるのです。

あなたを監視するボスはいません。もちろん、お金は重要ですし生きていくためには不可欠なものですが、多くのセールスライターがこの仕事を好きな一番の理由は、セールスライターとしての働き方自体があなたに自由をもたらしてくれるからです。

セールスライターとしての働き方の一番の魅力は、自分のスケジュールを**自由**にコントロールすることができることです。

プロのセールスライターは、自分のスケジュールを全く自由にコントロールすることができるのです。決められた時間に出社したり、毎日代わり映えのしない仕事に縛られることはなくなります。いつ、どれだけ仕事をするのかは自分自身で決めるのです。もちろん、会社に務めながらセールスライターを行っている場合は会社の就業規則に従う必要がありますが、実質的に仕事を行うためには、必ずしも決められた時間に会社にいる必要はないのです。

朝早くから仕事を始めたいのであれば、午前７時から仕事を始めて、昼過ぎには切り上げることができます。夜型の人であれば、夜に集中して仕事を行い、昼間は自分の好きなことをして、自由に過ごすことができるようになるのです。

あなたの働き方・生き方に合った「セールスライターとして収入を得る方法」

ここでは、セールスライターとしての「4 つの働き方」を紹介します。あなたの働き方・生き方に合った選択肢の一つとしてぜひ、参考にしてみてください。

1.　現在の収入を補うために空き時間にセールスライティングを行う方法

自分の空き時間を利用してセールスレターを書くことで現在の収入を増やし、その後、希望しだいで独立してフリーのセールスライターとして活躍する方法です。

■フルタイムの正社員として働いている田中さんの場合：

田中さんはフルタイムの正社員として働いています。そこそこの給料を得ていますが、休暇を充実させることや家族の貯蓄計画のために、もう少し稼ぎたいと思っています。そのために自己投資して３か月間、

コピーライティングの基礎知識を習得しました。そして、今では、年間150万円を稼ぐまでになりました。彼は将来的には独立して、フリーランスのセールスライターになろうと考えています。

2. フルタイムでセールスライティングを行う方法

フリーのセールスライターとして最初から独立して働き始める方法です。そうすることで、経済的に満たされ、一握りの人のみが享受している、自由で時間に縛られないライフスタイルをおくることができます。

■フリーのセールスライターとして働く鈴木さんの場合：

鈴木さんは当初、インターネット起業家として独立して、主にアフィリエイトで生計を立てていましたが、フリーのセールスライターに転向し、アフィリエイトと併せてセールスレターを書く仕事を始めて、年間 1800 万円の収入を得ています。

3．現在の職業において、自らのキャリアを高める方法

あなたが今、どんな仕事をしているかによりますが、セールスライティングのスキルを使うことによって、現在の雇用主に対して、さらなる価値を提供することができます。そうすれば、あなたはあなた自身を際立った存在として、雇用主に認識させることができます。

■営業職として働く西條さんの場合：

西條さんは中堅の製造メーカーで働く営業マンです。彼は学んだセールスライティングのスキルを使うことにより、会社の商品のパンフレットやチラシ、ウェブサイトのコピーを書き上げ、会社の売り上げに貢献しました。次第に、彼は会社の全商品のセールスライティングを任されるまでになり、これまで営業部門しかなかった会社に初めてマーケティング部門をつくり、その部門の責任者となって、昇進・昇格を果たしました。

4. 副業において成果を上げる方法

あなたが何かの副業を持っている場合、あなたの持つセールスライティングの知識がその売上や収益性を高めることに役立ちます。

■２人の子どもを育てるシングルマザーの佐々木さんの場合：

彼女は二人の小さな子どもを育てながら、空き時間を使ってアフィリエイトで稼いでいます。月々3 万～5 万円の稼ぎだったのがセールスライティングを学び、実践することで月々15 万円～20 万円まで稼ぐことができるようになりました。

7. セールスライターは、いくら稼いでいるのでしょうか？

さて、セールスライターは一体、いくらぐらい稼いでいると思いますか？

ちょっとだけ考えてみてください。

たとえば、ある商品をインターネットで売っている会社が 1 ヶ月後に 100 万円の追加売上をもたらすウェブ広告を書くことのできるあなたに対して、30 万円を支払うことに何か不都合があるでしょうか？

誰も文句を言う人はいないでしょう。

なぜなら､会社側は 30 万円の支払いによって 100 万円の売上を増やせるのですから｡しかも､1 ヶ月だけでなく、その先も 100 万円の売上を継続的に増やしていける可能性があるのですから 30 万円投資した分に対して、リターンが見込めるのです。悪い話ではありません。

仮に、納期を 1 週間として、あなたは毎日 2～3 時間のライティングを 1 週間しただけで、その対価としての報酬である 30 万円を手にするのです。 しかも、一度、成果を出してしまえばその後の値上げ交渉は簡単です。

「この度はセールスレターのご依頼、ありがとうございました。今回は初回で 30 万円でしたが、次回からは報酬を上げてください。次のセールスレターは 50 万円ということでよろしいでしょうか？」

クライアントはどうすると思いますか？あなたに向かって「そんな金額では無理です」なんて言うでしょうか？

それとも金額交渉してくるでしょうか？

もちろん、そんなことはありません。依頼主はあなたに言われた通りの金額を支払うことでしょう。なぜなら、クライアントはあなたの書いたセールスレターによって、すでに大金を稼いでおり、次のセールスレターは成果が分からない他の人より是が非でもあなたに書いて欲しいと思うからです。

仮に､あなたが毎週､同じような仕事を引き受ければ､1 年で 1,500 万円以上は稼げる計算になります。さらに､あなたの書いたウェブ広告の使用権として、売上の 10%を得られる契約をクライアントと長期間に渡って結ぶことができれば、あなたの収入はさらに増えることになります。

しかも、それは「労働によって得られる収入」とは別の「権利によって生じる資産収入」です。「権利によって生じる資産収入」は黙っていてもあなたの元に入ってくるお金です。

これがセールスライターとしての「稼ぎの構造」です。

見込み客から見れば、セールスライターに払うお金はコストではなく、自分のビジネスを大きくするための投資であり、あなたは下請業者ではなく、大切なビジネスパートナーという位置づけにあるのです。

多くの会社はコストを削減しようとしますが、投資については逆です。売上・利益のリターンが見込めるのであれば、その投資額をドンドン増やしていくのです。

セールスライターへの報酬は抑えるべきコストではなく、増やすべき**投資**です。

お金は、クライアントとセールスライターの両者に共通の基本的な動機です。セールスライターが大金を稼げるのは頭がいいからでも、生まれ持った才能があるからでも、人柄が良いからでも、書いた文章が分かりやすいからでも、納期をきっちりと守るからでもありません。書いたコピーが膨大な金額の売り上げ・利益を生み出すからなのです。

つまり、セールスライターという職業はあなたの実力次第で、見込み客の売り上げと利益が大きく左右されるものなのです。そして、あなたの残す成果次第で、あなたの収入も左右されるのです。

今、日本におけるネット通販の市場規模は９兆円にも達し、スマートフォンなどの普及も後押しとなって、さらにその市場規模は拡大しています。これからは増々、売れるセールスレターを書くことができる「優秀なセールスライター」が求められるようになります。

つまり、売れるセールスレターを書くことができるようになれば、あなたは常に誰かから「必要とされる人材」となるのです。

もちろん、セールスライターは他の職業と同じく、決してお手軽な仕事ではありません。あなたの書いたセールスレターは最初のうちは、失敗するかもしれません。売れるセールスレターに仕上げるために地道な市場調査を行って、見出しやコピーの中身の修正を何度も行う必要があるかもしれません。

でも、クライアントからお金をもらって仕事をする以上は当然、あなたはプロフェッショナルです。プロフェッショナルとして、常にセールスライティング・スキルを磨き続ける責任があります。また、その上で、コピーライティング・スキルをベースとしたダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）のスキルも身に着けていく必要があります。

それでも、セールスライターという職業は医者や弁護士のように、がんばって資格を取る必要はありませんし、パソコン１台があれば誰でも、どこでも始めることができます。しかも、基礎的な知識は、効果実証済の教材や本を買って勉強すれば、３ヵ月もあれば身に着けることができてしまうものです。

つまり、あなたが成功できるか、できないかは試行錯誤を重ねながらも、どれだけの量の行動ができるかにかかっています。セールスライターの道を歩むことを決断し、行動するなら今がチャンスです。

以下にいくつかの事例をご紹介いたします。これはアメリカの事例ですが、実際の事例を知ることで、セールスライターのキャリアを歩むことが、あなたにも十分に実現可能だということを実感して欲しいのです。

（引用元：『1000 万円セールスライターへの 8 ステップ』著者：ケイティ・イークル　ダイレクト出版株式会社発行　P.31～P.33）

パートタイム労働でフルタイムの報酬

まずは、メリーランド州アナポリス出身のアイリーン・コールの事例を紹介します。パートタイムの仕事として、アイリーンがインターネット向けのコピーライティングを始めたのは 2002 年のことでした。

彼女は、平均して週に 25 時間くらい働き、昨年の収入は 1000 万円に近いものでした。アイリーンの生の声をお聞きください。

「この仕事では高額の収入を得ることが可能なのよ。パートタイムで働いてフルタイム分の収入を稼げるんだから素晴らしいわ。」

彼女の収入のお陰で、コール夫妻は住宅ローンを支払うことができました。この収入により、州立公園の近くにある素晴らしい一区画の土地を購入できたのです。将来コール夫妻は、ここに夢のマイホームを建てる予定だそうです。

つい昨年は、20 年来の夢であったキッチンのリフォームを行いました。

そして、今は、4 人いる子供のうちの 2 人を大学に通わせているのです。

「私たちには 4 人の子供がいるんだけど、これまで家族優先でやってきたわ。だから、一家のために副収入を稼ぐとなったときには、満足できる十分な報酬だけではなく、家族の生活とうまく両立できるってことが大事な条件だったのよ。その条件にフリーのセールスライターがぴったりだってことはすぐに分かったわ。」

2010 年は 1005 万 9300 円！

ニューメキシコ州アルバカーキ出身のミンディ・マクホースがセールスライターになろうと決心したのは、新しい赤ちゃんが家族に加わり、学生ローンや生活費で多額の借金を抱えているときでした。

2010 年、この（最近では 2 番目の子供が出来たばかりの）在宅ママライターは、1005 万 9300 円を稼ぎました。

コピーライティングを開始して以降、ミンディは、それまでにため込んできた 805 万 1043 万円の借金を全て返済したのです！

また、お金だけではなく、コピーライティングの仕事が与えてくれる時間に縛られないライフスタイルというのもミンディは気に入っています。航空管制官である彼女の夫は、“時間の感覚がないかのように長時間”働いているのですが、それでもミンディは、誰かが子供の面倒をみることができるように、夫が家にいるときにライティングの仕事をするようにしています。これは、以前やっていた 9 時から 5 時の仕事ではとても出来なかったことです。

セールスライター志望者へミンディからのアドバイスはないかですって？

「やってみるしかないわ。自分のコピーライティングのスタイルが見極められるようになるまで何度もトライすれば良いのよ。私がそうだったように、最初は目を閉じたまま運転しているような気分になるかもしれない！でも、あなたの目標を達成するために必要なことは全て AWAI が説明してくれるわ。」

毎月 100 万円～200 万円の安定した収入 ！

テネシー州ノックスビル出身のショーン・マクールは、以前修理屋として自営業を営んでいました。

フルタイムで働くセールスライターになると決心してから僅か 4 ヵ月半後、彼は、年間 60 億円の売上を誇るマーケティング会社から仕事を受注しました。

彼が高校 1 年生のときに英語の単位を落とし、大学は中退しているということを考えると、これは驚くべきことではないでしょうか？

ショーンの考える成功するためのヒントは、自分自身に約束することだそうです。

「優秀なセールスライターになるということを本気で望まない限り、何も始まらないよ。」

彼は今、フリーランスのセールスライターとして自宅で働き、毎月、安定して 100 万円～200 万円を
稼いでいます！

最初の年収は 1634 万 8100 円！

フリーのセールスライターになる前、ジョージア州マリエッタ出身のエド・ガンディアは、IT 企業の営業担当として十分な収入を得ていました。

ところが、子供ができてからは、仕事柄必要な毎週の出張に気が滅入ってしまい、さらには、常に上がり続ける営業ノルマに疲れてしまったのです。

コピーライティングの仕事を見つけてから、彼の人生は完全に好転したのです。フリーのセールスライターとしての初年度、彼は 1634 万 8100 円を稼ぎました！

エドからのセールスライターになろうと考えている人へのアドバイスは、“今すぐ行動を起こしなさい”というものです。

「インスピレーションを感じたり、やる気が湧いてきたりするのを待っていてはダメだ。そんなことをしていては、いつまで経っても次に進めないよ。強調しておきたいことは、この業界で失敗する人の多くが、着実に行動を積み重ねていないということだよ！」

月 100 万円以上の稼ぎ

パム・フォスターは、カスケード山脈と海岸山脈の谷間に位置し、オレゴン州ユージーン近郊にある、美しい 3 階建ての田舎の邸宅に住んでいます。彼女は普段、松の木がそびえ立つ壮大な景色に囲まれた、日差しの暖かなベランダで仕事をしていますが、いつでも自由に旅行に出掛けたり、別の場所で仕事をしたりすることも可能なのです。

現在の平均的な彼女の収入は、月に１００万円以上です。 彼女が気に入っているのは、Web ライティングの仕事が“どこでも、誰とでもできる”という点なのです。

「本当に素晴らしい。どんなことがあってもこの仕事だけは手放せないわ。」

パムは昨年の冬をフロリダで冬を過ごしました‥‥。彼女にとって、こんなことは普通の 9 時から 5 時の仕事をやっていたのでは実現できないことでした。

「仕事は楽しいし、刺激的だし、やりがいがあるし、それに面白いわ。ずっと変わり続けるものだから
退屈することはないし、それに、“やばい、仕事に行かなきゃ！”っていうことが全くなくなったのよ。」

いかがでしょうか？

もちろん、あなたがどれくらい稼げるかは、あなた次第です。

でも、このような生活は決して夢物語ではないことを分かっていただいたと思います。セールスライターとして
稼ぐことはあなたにも十分可能で、とても現実的なことなのです。

あなたが現状にうんざりしているのなら、セールスライターになるという道は、あなたの理想の生活
を手に入れるためのおそらく、最後の手段となるものでしょう。

8. セールスライターとして得られる「具体的な仕事の内容」とは？

セールスライターの需要は尽きることはありません。なぜなら、「人の興味を引き、説得力があり、人を動かすような文章を書くスキル」はインターネットをはじめ、どんな媒体においても幅広く活用できるからです。

これがすべてではありませんが、これはセールスライターが引き受けることが可能な業務の一例です。実際に僕が行っていたり、僕の知り合いが行っている仕事例を紹介します。

業務	具体的な業務内容
ウェブサイト作成及び運用コンサルティング	単にデザインがきれいなウェブサイトではなく、実際に売上を上げることができるようなウェブサイトを作る仕事です。この仕事は僕が最も得意とする仕事です。僕は今、個人事業主や中小企業経営者向けに、セールスライティングとダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）の要素を取り入れたウェブサイトを作成しています。これからはセールスレターを書くだけでなく、ウェブサイトも作成できるセールスライターに対する需要はさらに高まります。そして、この仕事は単価が大きいばかりでなく、継続的な稼ぎにつながる魅力的な仕事なのです。
メルマガを使ったマーケティングのコンサルティング	メルマガを使ったマーケティングは、ダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）を実践する上では必要不可欠な要素です。なぜなら、ウェブサイトは見込み客に訪問してもらわなければなりませんが、メルマガは見込み客のパソコンやスマホに直接届けることができるからです。 僕もいろいろなメルマガスタンドを使ってきましたが、無料のメルマガスタンドは機能が制限されていたり、広告が挿入されたりと何かと使い勝手が悪いので、必ず有料のメルマガスタンドを利用するようにしましょう。有料のメルマガスタンドは¥3,000/月ほどの費用がかかりますが、それでもメルマガは見込み客やクライアントと直接連絡を取ることができる「ダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）の中核となる重要なシステム」ですので、まずは自ら実践してみて、その次にその実践経験を生かして、クライアントを指導していきましょう。
検索エンジン最適化（SEO）のコンサルティング	Google や Yahoo!の検索エンジンに、販売に直結する需要のあるキーワード（例：ダイエット、婚活等）を入れたとき、企業のウェブサイトを検索上位に表示させることができれば、売上が上がる確率が高まります。自社のウェブサイトを検索結果で上位表示できるようにしてくれるセールスライターに対して、企業は高い報酬を支払います。
ランディングページのセールスレターの作成	クライアントの顧客が最初に見るページ、つまりランディングページは、顧客が情報を得て、または買い物する上で非常に重要であり、ランディングページ作成の専門知識を持つセールスライターに対する需要はまだまだ伸びていきます。

PR 記事	報酬をもらって、ニュース形式の記事を書く仕事です。この仕事を行うには、クライアントの商品・サービスやそれに関連する知識が必要になります。
バナー広告	バナー広告とは、見込み客がクリックボタンを押して、クライアントのウェブサイトに向かうようにするための広告です。文字数の少ない広告ですが、クリックしてもらう必要がありますので、優れたコピーライティング力が求められます。また、多少のデザインセンスとそれをカタチにする技術が必要です。
プレスリリース	プレスリリースとは、マスコミや社会に対して打つ無料広告になります。新しさや好奇心、役立ち度合いなどを総合した話題性が求められます。それと合わせて、説得力が求められることは言うまでもありません。
リサーチ	優れたセールスレターを書くには、優れたライティング力だけでなく、事前の地道なリサーチが不可欠です。クライアントのリサーチを手伝うことによって、報酬を得ることができます。
ウェビナー	ウェビナーとは、ウェブ上で行う動画と音声によるプレゼンテーションのことです。文字だけでなく、動画と音声を使うことにより、より説得力のあるプレゼンテーションが可能になります。近年、ウェビナーを活用したマーケティングを行う企業が増えてきていますので、セールスライターにとっては、これからさらに増えていく仕事になります。
ソーシャルメディアの活用方法のコンサルティング	Facebook、Twitter、mixi などのソーシャルメディアを使ったマーケティングのコンサルティングを行う仕事です。ソーシャルメディアは単独ではなく、ウェブサイトやウェブサイトのランディングページ、セールスレターなどと組み合わせて使うとより効果を発揮するメディアです。
ブログ作成代行サービス	忙しくて自分のブログを書く時間のない企業、個人事業主、専門家、著名人などはセールスライターを雇い、彼らの代筆者としてブログの記事を書かせています。この仕事においてセールスライターに求められることは、クライアントとクライアントの提供する商品・サービスを深く理解することにあります。
履歴書、職務経歴書、自己 PR 文の作成方法に関するコンサルティング	履歴書、職務経歴書、自己 PR 文とは、自分自身という商品を売るために書く書類です。これらに関する適切な書き方を指導することで、就職や転職をサポートする仕事です。
非営利団体（NPO）向けのライティング	非営利団体（NPO）は主に寄付金で成り立っています。非営利団体（NPO）が資金調達を行うための様々な文書のライティングを支援する仕事です。
補助金の交付を得るためのライティング	政府は毎年、医療や福祉、経済などの分野を定めて、補助金を出しています。その補助金を獲得するために必要な文書のライティングを支援する仕事です。

セールスライティングは B2B マーケティングにも有効

B2B マーケティングとは、企業間取引のことです。ある会社が他の会社に商品の販売を行うことを意味しています。

たとえば、車がカーディーラーの店頭に並ぶまでの間には、多くの企業間の取引があります。タイヤを作っている会社、エアバックを作っている会社、シートを作っている会社、デザイン会社など 1 台の車を作り、販売するためには多くの会社の協力が必要です。

これら全てが企業間取引の当事者となる企業です。このような会社は、無数の業界に散らばっています。そして、これらの会社は見込み客にアプローチするために、セールスライターを雇って自社の商品やサービスを販売することの必要性に迫られています。なぜなら、市場の縮小、競争の激化により、企業はこれまで以上にコスト削減が迫られているからです。

しかし、これはセールスライターにとっては決して悪いニュースではありません。

なぜなら、確かに企業は無駄な出費をできる限り抑えようとしますが、これらの企業は逆に、お金を生み出し、経費を削減するようなものに対しては、積極的に投資します。

多くの企業は営業マンを雇っていますが、自前でのマーケティング機能を持っている企業は少ないのが現状です。マーケティングとは営業の前に行う活動であり、究極的には営業マンがいなくても商品・サービスが売れるようにするための活動です。

現在、マーケティングの重要性にいち早く気付いた企業は、重要なマーケティング業務を担うための有能な人材をかき集めようとしています。しかし、それはフルタイムで雇用する正社員ではなく、フリーの B2B のセールスライターに目を向ける企業が増えています。

つまり、B2B においても、セールスライターの力が求められているのです。

ここまで紹介した業務に加えて、B2B 市場には、B2B 市場特有の業務が存在します。

業務	具体的な業務内容
商品・サービスの活用事例集	ある企業の商品・サービスが他の企業にとっていかに役立ち、問題解決を可能にするものであるのかをまとめた商品・サービスの活用事例集を作成する仕事です。
チラシ	顧客や見込み客に営業担当者が渡す商品・サービスの特徴やメリットが書かれたコンパクトなチラシを作成する仕事です。
リードジェネレーター（見込み客の発掘を目的としたプロモーション）	これは B2B マーケティングの中核となるもので、無料レポート、セールスレター、E メールなどが含まれます。一般的には、無料レポートなど見込み客にとって役立つコンテンツと引き換えに、見込み客の企業名、担当者名、住所、電話番号、メールアドレスを獲得していきます。
TEL マーケティングマニュアルの原稿作成	営業電話をかける際に、テレマーケターが利用する際のトークマニュアルを作る仕事です。
動画広告の原稿作成	マーケティング活動において、動画を活用することは現在、非常に大きな可能性を秘めています。見込み客は、スマートフォンやタブレット端末により製品の概要のちょっとした紹介や製品案内を閲覧することができます。
会社のニュースレター	企業は既存の顧客との関係性を維持し、これを育てるために有効な方法として、ニュースレターを発行します。そのニュースレターを作成するための仕事です。
取扱説明書の作成	顧客に製品を正しく、安全に使ってもらうためのマニュアルである取扱説明書を作成する仕事です。

B2B 市場においても、セールスライターにはこれだけたくさんの業務が存在するのです。

9. 年収 1000 万円以上のセールスライターになる方法

セールスライティングのマスターであり、これまで何百人という将来有望なセールスライターを指導してきたマーク・モーガン・フォードという人がセールスライターという職業について、ぴったりと合う言葉で表現しています。それが、これです。

他人を泣かせるストーリーを書くことができれば良いライターである・・・。
他人を笑わせることができれば優れたライターである・・・。

しかし、読んだ人が納得し、行動を起こすものを書くことができなければ、高い報酬を請求出来る
ライターになることはできない。

–マーク・モーガン・フォード

一言でいってしまえば、これこそがセールスライターの仕事なのです。

セールスライターの仕事は「上手な文章を書くこと」ではありません。

セールスライターの仕事は、売れる文章を書くことです。**「人を動かす力のある文章」を書けるかどうか？**それが問題なのです。

セールスライターの仕事は「売れる文章を書くこと」にあります。

セールスライターとして成果を出し続けるために必要なことは、相手の注意・興味・関心を集めるような「見出し」を書くことができるか？

無料レポートや商品購入などを通して、もっと情報を知りたくなるような動機を持たせることができるか？

相手からの信用・信頼・好意を勝ち取ることができるか？

そして、相手を説得し、行動を起こさせることができるかにあります。

見込み客に送る E メールであろうと、ウェブ広告であろうと、ウェブサイト上のランディングページであろうと、お得意様向けに商品を提案する個人的な手紙であろうと、すべて同じです。最も大事なことは、あなたが「人を動かす力のある文章」が書けるかどうかにあるのです。

一般的な広告とセールスライティングとの違い

では、テレビや雑誌で見かけるような一般的な広告とセールスライティングとでは、何がどのように違うのでしょうか？

簡単です。

テレビや雑誌でよく見かける広告（イメージ広告と言われます）とセールスライターによる説得力のあるライティングとの違いは、テレビや雑誌でよく見かける広告は「商品を覚えてもらうこと」を目的としているのに対し、セールスライティングでは､「読んだ人にその場ですぐに行動を起こしてもらうこと」を目的としています。

たとえば、こんなふうに。

――
・このリンクを今すぐにクリックしてください。
・このアンケートにご回答ください。特典としてこのプレゼントを差し上げます。
・注文書にご記入ください。
・商品をご購入ください。
――

このように、セールスライティング力によって書かれたセールスレターでは、1 週間後や明日に先延ばしさせずに、今すぐに行動を起こしてもらうのです。

では、どうすればそんな文章が書けるようになるのでしょうか？これから”その方法”を教えます。

セールスライティングには「基本となる共通の法則」があります。

これは、人を動かす力のある全ての優れたセールスライティングに見られる隠れた構造であり、多くの広告において、その有効性が歴史的に実証されてきたものです。

これを一度でも学び、しっかりと理解し、実際に使用することで、あなたの人生は劇的に変化するでしょう。

なぜなら、あなたが人を動かす力のある広告、ウェブページを書くことができるようになるということは
一生報酬を得ることができる、経済的に価値のあるスキルを身に付けるということに他ならないからです。

―――

「富を築くためには、経済的に価値のあるスキルを磨くことが最も重要なステップであり、
　これこそはその他全てのステップの基礎となるものである。」

−マーク・モーガン・フォード
―――

人を動かす力のあるセールスレターを書くことができれば、どんなビジネスであろうと、あなたのその頼れるスキルに期待して、誰もがあなたの元に集まってくるでしょう。

「人を思い通りに動かす〇〇の法則・・・」

のような「小手先のテクニック」に惑わされず、セールスライティングの最低限の基礎知識を手に入れてください。

現在のあなたの姿は過去のあなたの行動の結果であり、未来のあなたの姿は現在のあなたの行動の結果です。まずは、あまり深く考えずに始めてみましょう。

自分に合っているか、合っていないかなんて、やってみるまで分かりません。思う存分に楽しみながら実践してみてください。

第 2 部 セールスライターの最大の武器：コピーライティング力

10. なぜ、コピーライティング力を身に着けることが最も重要なのか？

「いつ会社をクビになっても、何が起きても大丈夫！」

あなたはそれを言い切れるだけの自信と「自分」と「自分の家族」を守っていけるだけの「一生稼げるスキル」を身に着けたいと思いませんか？・・・それも今すぐに。

今のあなたの「頑張り」は本当にあなたの「理想の道」へと続いていますか？

コピーライティングの話に行く前にちょっとだけ、あなたのこれまでの会社員人生を振り返ってみてください。

毎日、他の誰よりも遅くまで残って残業。本当はやりたくない仕事も文句も言わず引き受け、土日も家族に我慢してもらって休日返上で仕事・・・。

もし、そんな風に会社のために、給料のために、家族のために、ただガムシャラに働いてきた会社員人生だったと、そう思ったのなら・・・。

少しだけ想像してみてください。

あなたは定年の日を迎えた時に「オレの会社員人生、こんなんで良かったのかな…」と後悔しない自信はありますか？

あなたが本当に望んでいる理想の状態、例えば、

・〇〇万円の収入が欲しい！
・値札を見ずに買い物がしたい！
・高級車を買いたい！
・クレジットカードの締め日や給料日を気にせず買い物をしたい！
・年に 2,3 回は家族と海外旅行に行きたい！
・何よりも自由な時間が欲しい！

などなど、願望は人それぞれだと思いますが、あなたが今ガムシャラに進んでいるその道は、あなたの理想の状態に続いている道でしょうか？

もし、あなたが「そうではない」と感じているのなら、どうかこの先を読み進めてください。また、「現状に満足しているが、将来に対する不安はいつもある」と感じているのならぜひ、この先を読み進めてください。

一応、お断りしておきますが、これから僕がお話することの中には「うまい儲け話」は一切ありません。そもそも、そんなものは存在しませんし、仮にあったとしても、そんなものは長くは続きません。

僕があなたに本気で伝えたいのはあなたが今よりも大きな「価値」を生み出し、「影響力」を持つために役立つ方法です。「価値」と「影響力」は「稼ぎ」と、「稼ぎ」だけでは決して測れない「あなたの人生の充実度」を向上させるための源泉です。

その「価値」と「影響力」を生み出す方法こそが、コピーライティング・スキルなのです。

僕は率直に、コピーライティング・スキルは、すべての業界・職種で働く人が身に着けるべき知識とスキルであり、これを身に着けているか否かで「自分の属する組織（多くは会社）の業績」と「個人の稼ぎ」が大きく左右されるほど、インパクトのあるものだと思っています。

たった１枚のセールスレターがあなたとあなたの会社の命運を左右する。

たとえば、たった１枚の売れるセールスレターが書けるか否かが「あなたの会社」や「あなた自身のキャリア」の行く末を左右することがあります。

それは一体、なぜなのでしょうか？

これから、あなたにその秘密をお話していきます。

10-1. コピーライティング・スキルとは何か？

コピーライティング・スキルとは何でしょうか？

とても簡単に言ってしまうと、コピーライティング・スキルとは「お金を作るスキル」のことです。

ダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）の世界では「Copy is King」（コピーライティングが王様）と言われるほど、コピーライティング・スキルはビジネスを行うにあたって、最も重要なスキルだと言われています。

コピーライティング･ スキルとは「お金を作るスキル」

なぜ、そこまで重要なのでしょうか？

それは「ペンは剣よりも強し」という言葉にもあるように「言葉」には人を動かし、世界をも変える力があるからです。

1 枚の絵は 100 の言葉に匹敵します。

しかし、それ以上に 1 つの言葉によって、読み手の頭の中に描かれたイメージは 1000 もの絵に匹敵し、他のどんなものよりも説得力を持つのです。

ちなみに、テッド・ニコラスというダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）界の伝説のマーケター・コピーライターがいるですが、彼は彼の作った広告だけで 7,000 億円以上を売り上げています。（彼の著作はこちら→コンサルタント起業成功法則大全　著者：テッド･ニコラス）

今、この時点では、あなたは実感することができないかもしれませんが、たった 1 通のセールスレターが大金を稼ぎ出すのです。このことはよく覚えておいてください。あなたは今、その知識を手に入れようとしているのです。

セールスレターを書くスキル、つまり「コピーライティング・スキル」を身に着けるということは「お金を作るスキル」、「お金を印刷するスキル」を身に着けることと「同じ」と言っても過言ではないのです。

10-2. 広告（セールスレター）は「印刷された営業マン」です。

それから、コピーライティング・スキルを身に着けることの最大のメリットは「レバレッジが効く」ということです。レバレッジとは、いわゆる「テコの原理」のことです。

さて、ここで算数の問題です。これをちょっとだけ計算してみてください。

例えば、1 万円の商品を売るためにセールスレターを書いて仮に、そこに 1 日 100 アクセス来て、そのうちの 1 人が購入するとすれば、1%の成約率ですから 1 日の売上は 1 万円です。30 日間で 30 万円になります。

このセールスレターの成約率を 0.1%上げることができたら、30 日後の売上はどう変わるでしょうか？1 日 100 アクセスで 30 日間の売上は 3000 アクセスに 1,1%を掛けて 33 万円。プラス 3 万円になります。

さて、儲かった金額のうち 20 万円は必ず残すことにします。次の月（2 か月目）は、1 ヶ月目に儲かった 30 万円のうち 10 万円を広告費に充てます。そうすると、1 日のアクセス数が 200 に増えました。

そうなると、1%の成約率のセールスレターでは 30 日後の売上は 60 万円。1.1%の成約率のセールスレターでは、30 日後の売上は 66 万円になります。

20 万円の利益は必ず残すので、その次の月（3 ヶ月目）に使える広告費は 40 万円です。そうしたら、1 日のアクセス数が 1000 とさらに増やすことができました。

そうなると、1%の成約率のセールスレターでは、30 日後の売上は 300 万円。1.1%の成約率のセールスレターでは、30 日間の売上は 330 万円になります。

つまり、何が言いたいかというと、セールスレターの反応率をたった 0.1%上げるだけで、3 か月後の売上が 30 万円も変わってくるのです。

仮に、セールスレターの反応率をもう 1%上げることが出来たら、反応率 2%のセールスレターになるので、30 日間の売上は 600 万円にも膨れ上がります。

これは、ちょっとした頭の体操ですが、セールスレターの成約率をわずかに変えるだけで、売上を増やせることをイメージできたでしょうか？

では、もう少し具体的にイメージしたもらうために、もう一つ例を示します。

ビジネスを僕たちはとても難しく考えがちですが、実はとてもシンプルなことをあなたは知っていましたか？ビジネスは、以下の 3 つの数字の掛け算で成り立っています。

リード（Lead）×コンバージョン（CV）×ライフタイムバリュー(LTV)

これを日本語で言うと、

アクセス数×成約率×顧客の生涯価値

です。

アクセス数とは、ウェブサイトへの訪問数、成約率とはセールスレターからの申込み率のことです。

顧客の生涯価値とは、1 人当たりの顧客が使ってくれるお金の合計金額のことです。ビジネスモデルに応じて、生涯価値を 1 年と計算するのか、6 ヶ月と計算するのか、3 ヶ月と計算するのか、または 1 年以上と計算するのかは違いますが、まずは「3 ヶ月」と計算することから始めてください。

この式に具体的な数字を当てはめてみます。

アクセス数（1,000）×成約率（1%）×顧客の生涯価値（¥10,000）

=¥100,000 になります。

仮にセールスレターが貧相で、成約率が 0%だった場合、どうなるでしょうか？

アクセス数（1,000）×成約率（0%）×3 ヶ月以内の顧客価値（¥10,000）

=¥0

です。

つまり、あなたが SEO 対策をしたり、ウェブ広告を打ったり、どんなにがんばってアクセスを集めても、それから、どんなに素晴らしい商品・サービスを持っていたとしても、セールスレターが貧相なだけで全く稼ぐことができなくなってしまうのです。

では、よいセールスレターがあればどうなるでしょうか？

アクセス数（1,000）×成約率（2%）×3 ヶ月以内の顧客価値（¥10,000）

=¥200,000

このように、セールスレター次第で、あなたの稼ぎが¥0 にもなれば倍にもなるのです。これこそが、コピーライティングの威力であり、コピーライティングが最も重要だと言われる理由です。

成約率を 1%上げることはわりと大変ですが、0.1%であればすぐに上げることができます。たとえば、ヘッドラインを変えたり、オファー（特典）を変えることによって、0.1%ぐらいであればすぐに上げることができます。

したがって、コピーライティング力がなく、セールスレターが貧相だと商品が売れないだけでなく、ビジネス全体にレバレッジ（てこの原理）を効かせることができないのです。

セールスレターとは「紙媒体又はウェブサイト上の営業マン」です。

セールスレターとは、あなたの代わりに 24 時間、365 日働いてくれる紙やウェブサイト上の営業マンです。

つまり、一度売れるセールスレターが書けてしまえば、そのセールスレターはあなたが寝ている時でも、遊んでいる時でも 365 日休まず、しかも一切の文句も言わずにあなたの代わりとなって働き続けてくれるのです。

もし、この話を聞いてまだ、コピーライティングに興味すら湧かないのなら厳しいですが、残念ながらあなたにはビジネスには向いていません。なぜなら、実践すれば確実に結果が出る方法を知りながら、それを苦手だからとか面倒くさいという理由で無視するのは、ビジネスを死に至らしめることと同じだからです。これは、ビジネスパーソンの態度ではありません。

ビジネスパーソンの最大の使命とは「価値」を継続的に生み出した結果として、稼ぎ続けることにあるのです。

10-3. お金を稼ぐ源泉は「マーケティング」と「セールス」にある。

ある時点で、僕はこのような「コピーライティングの可能性」に気づき、コピーライターになろうと決心しました。

なぜ、そう決心したのかというと、お金を稼ぐ源泉は「マーケティング」と「セールス」にあることに気付いたからです。お金を稼ぐ源泉は商品・サービス、人事や経理など、その他の間接業務を上手にこなすスキルにあるのではありません。もちろん、それらの間接業務は重要な仕事ですが、お金を直接的に生み出すものではありません。つまり、「マーケティング」と「セールス」を行うということは、お金の源泉の近くで仕事をするということなのです。

よく「競争力をつけるためには競争するしかない」という名言がありますが、同じように「お金を儲ける能力を身につけるには、お金の近くで仕事をする必要がある」ということなのです。

コピーライティング･スキルとは、**アイディアを具現化するためのスキル**です。

また、お金持ちになる人にはある共通点があります。それは、本人が意識するかしないかに関わらず「マーケティング」と「セールス」が上手だということです。新しい事業を興すためには、他とは違ったアイディアを生み出すことはもちろん必要ですが、それだけではダメです。それを具現化するための具体的な方法が必要なのです。

それこそが、コピーライティング・スキルなのです。

コピーライティング・スキルはお金のように使ったら失われるものではなく、自分の中の資産として確実に蓄積していくものです。

極端な話、コピーライティング・スキルは「お金を生み出すスキル」なので万が一、あなたが無一文になってしまっても、いくらでもやり直すことができます。全てを失っても一度、身に着けてしまったスキルはなくなることはないのです。

10-4. コピーライティング・スキルは、誰にでも身に着けることができる

それでは、この「コピーライティングの極意」をあなたにお教えします。

極意といっても難しいものではありません。やれば誰でもできることです。

なぜなら、コピーライティングには、すでに確立した知識体系が存在するからです。意欲さえあれば、誰でも学び取ることができるのです。

また、コピーライティングと聞くと「創造性が必要なのではないか」と思ってしまいがちですが、創造性は必要ありません。必要なものは、コピーライティングの本質を理解した上で、効果実証済の方法を合法的にパクり、それを自分自身のビジネスに応用する意欲と能力です。

優れた芸術家は模倣し、偉大な芸術家は盗む

-ピカソ

コピーライティングに必要なこととは、**創造性(クリエイティビデイ)ではなく、コレクティブ(収集能力)**です。

この言葉のように、コピーライティング・スキルを武器に、売れるセールスレターを書くことのできるセールスライターになるために必要なことは、クリエイティビティ(創造性)ではなく、コレクティブ(収集能力)です。

セールスライターには常にいかに、今ある効果実証済のアイディアを集め、それらを結びつけられるかが問われているのです。

それから、偉大なアーティストとして有名なピカソは、そもそも「創造性」を身に着けたいと考えながら絵を描いていたのでしょうか?一生懸命に自分の情熱を絵に表現していたら、結果的に「創造的だ」と評される絵を後世に残すことができたのではないでしょうか?

つまり、「創造性」とは目的とするべきものではなく、結果に過ぎないということです。

コピーライティング・スキルとは、あらゆる事業目的を達成し、数々のプロジェクトを成功に導くために不可欠な強力な手段です。コピーライティングを学び、理解し、実践することで、あなたの人生は劇的に変化することでしょう。

11.「コピーライティングの極意」とは？

「コピーライティングの極意」を理解するためのキーワードは３つあります。それは、「４つの原則」と「３つの壁」、そして「３つの壁を越えるための３つの方法」です。

それでは、順番に解説していきます。

11-1.「４つの原則」とは何か？

「コピーライティングの極意」を理解するための「４つの原則」とは、

１、ターゲット（相手）を明確にする。
２、目的を明確にする。
３、ストーリーを明確にする。
４、ターゲット（相手）にとってのベネフィット（便益）を明確にする。

ということです。

１、ターゲットを明確にする

ターゲット（相手）とは、あなたの「セールスレターを読む人」のことです。

セールスレターとは、ラブレターです。

あなたは今まで、誰かにラブレターを書いたことがありますか？

まさか、不特定多数の人にラブレターは書きませんでしたよね。

セールスレターはたった１人の人物に宛てて書こう。

セールスレターもラブレターと同じように、たった１人の人物に向かって書きます。

現実には、あなたが書くセールスレターは多くの人の目に触れることになりますが、それでもセールスレターのメッセージは必ず、たった一人の人物に宛てて書くようにしてください。

なぜなら、たった１人の人物の心にも届かないセールスレターは決して、万人の心に届くことはないからです。

あなたには、好きな歌手はいますか？

彼らの歌は必ずと言って良いほど「不特定多数のみんな」ではなく「特定の誰か」に向けた

歌詞になっていますよね。例えば、恋人や家族に向けたものとか。

このように、たった１人の人物の心に届くメッセージは万人の心にも届くのです。

したがって、セールスレターにおけるターゲット（相手）は、実在するたった１人の人物に設定するようにしてください。

２、目的を明確にする

ラブレターの目的はなんでしょうか？

彼女もしくは彼に自分の想いを伝えて、仲良くなることですよね。

セールスレターも同じです。

・商品を買ってもらいたいのか？
・問い合わせの電話をしてもらいたいのか？
・資料請求の申し込みをしてもらいたいのか？

自分はいったい相手に何を伝え、何をしてもらいたいのかという目的を明確にしてください。

そして、そのメッセージは必ず１つに絞り込んでください。

なぜなら、「混乱した脳は常に No と言う」からです。

読み手の頭の中で「？？？？？」が多くなればなるほど、あなたのセールスレターは読まれなくなってしまいます。

３、ストーリー（物語）を明確にする

あなたは子どもの頃、親や周囲の大人からどんなストーリー（物語）を聞かせてもらった記憶がありますか？

ストーリー（物語）というものは不思議と人々の心に残り続けます。ストーリーは説得に勝るのです。

ストーリー（物語）は説得に勝る。「面白い」話を語ろう。

商品の開発秘話、あなたやあなたの会社の成功物語、失敗談や苦労話、そして信じられないような話など、ターゲット（相手）にとって面白い話を書いていきましょう。

ここでいう「面白い」という意味は、

・役に立つ
・新しい
・興味深い
・かっこいい
・勇気づけられる
・明るい気持ちになる

など、ターゲット（相手）にとっての「価値」のことを示します。

単に「笑える」ということが「面白い」ということではありません。

では、どうすれば「面白いストーリー（物語）」を書くことができるのでしょうか？

答えは「ターゲット（相手）」、「商品」、そして「自分自身」に興味を持ち、観察を続けて深く理解することにあります。答えは常に、身近なところにあるものです。

様々なコピーライティングのテクニックも大事ですが、本質的には「ターゲット（相手）」、「商品」、そして「自分自身」をどれくらい理解できているかが勝負の分かれ目になります。

料理にたとえるなら、コピーライティングのテクニックとはスパイスのようなものです。勝負は素材である「ターゲット（相手）」、「商品」、そして「あなた自身」という素材そのもの、そして、その別々の素材同士を１つの魅力的なストーリーにまとめあげるための料理方法にあるのです。

４、ターゲット（相手）にとってのベネフィット（便益）を明確にする

ターゲット（相手）はなぜ、セールスレターを読むのでしょうか？

答えは、自分自身の問題を解決するためです。

・お金を稼ぐ方法が知りたい！
・ダイエットを成功させたい！

・恋人をつくる方法が知りたい！
・結婚できる方法を知りたい！
・起業を成功させたい！
・売り上げに困らないビジネスモデルをつくる方法を知りたい！
・このままサラリーマンで終わりたくない！

など、ターゲット（相手）は現在の自分自身の具体的な悩み、痛み、苦境を解決するためにセールスレターを読むのです。

その時、あなたの書くセールスレターには、ターゲット（相手）が望むような魅力的な解決策が書いてあるでしょうか？

また、その解決策はあなたのライバルたちの解決策と比べて、「何」が「どのように」違っているのでしょうか？

セールスレターでは、自分自身でも「自信」と「確信」が持てるほどに、ターゲット（相手）にとっての圧倒的なベネフィット（便益）を明確に表現していきましょう。

11-2. 「３つの壁」とは何か？

コピーライティングには「３つの壁」があります。

それは、

１、読まない、聞かない
２、信じない
３、行動しない

という壁です。

あなたがどんなに一生懸命にセールスレターを書いても、あなたのターゲット（相手）は基本的に、あなたのセールスレターを読みません。無視します。また、仮に読んでくれたとしても、あなたの言っていることを信じません。そして、仮に信じたとしても、あなたの思い通りには行動しません。

< ３つの壁 >
１、読まない、聞かない
２、信じない
３、行動しない

あなたの意中のターゲット（相手）は、あなたのセールスレター以外にも毎日、たくさんのセールスレターから提案を受け続けているのです。しかも、彼らは自分自身の仕事と生活で手一杯なのです。
セールスレターを読んでいる暇などありません。

こういう状況ですので残念ながら、あなたのセールスレターが読まれるチャンスは一瞬あるかないかです。
とても狭き門なのです。

厳しいですがあなたには、この覚悟を持ってセールスレターを書き始めて欲しいのです。なぜなら、プロのセールスライターの本当の仕事とは、この「３つの壁」、

１、読まない、聞かない
２、信じない
３、行動しない

を越えることができるセールスレターを書くこと、その１点にあるからです。

セールスライターにとっての成功の尺度は、自分が書いたセールスレターがどれだけの人の心を動かし、その結果として、どれだけの売り上げと利益をもたらしたのかにあるのです。つまり、上手な文章を書くことではなく、書いた文章によって結果を出すことにあるのです。

この「３つの壁」を越えることができなければ、あなたの書いたセールスレターがどんなに素晴らしい文章であっても、あなたのセールスレターは失敗です。ゴミ箱行きです。

厳しいですが、これが現実です。

あなたが書くべきセールスレターは「上手な文章」、「心に響く言葉」で十分ではありません。「ターゲット（相手）を行動させることができるもの」でなければなりません。それができなければ意味がありません。

たとえるなら、寒い冬の休日の朝、いつまでも布団の中にいるクライアントがたまたま、あなたの書いたセールスレターを目にしたその瞬間、直ちに布団から飛び出て、行動せずにはいられなくなるくらいの強力なセールスレターを書く必要があるのです。

11-3. 「３つの壁を越えるための３つの方法」

それでは、この「３つの壁」

１、読まない、聞かない
２、信じない
３、行動しない

をどのように越えていけばいいのでしょうか？

「1、 読まない、聞かない」を越える方法

「読まない、聞かない」を越える方法は、ターゲット（相手）の興味・関心を引くことです。

つまり、

「あなたの欲しいもの、関心を持っているものがここにあります」

ということを相手に明確に伝えるのです。

では、ターゲット（相手）の興味・関心はどのようにして、知ることができるのでしょうか？

近道はありません。ターゲット（相手）に聞くか、ターゲット（相手）のことをよく観察するしかありません。近道をしようとして、観察や調査を怠ると結局は振出しに戻ることになってしまいます。

ターゲット（相手）の興味・関心を引く方法はそれこそ、無数のテクニックがありますが、最も重要なことは、まずはあなた自身がターゲット（相手）のことを良く知り、深く理解することにあるのです。

リサーチ！
リサーチ！
リサーチ！

セールスライティングを成功させるポイントは「リサーチ 8 割、セールスライティング 2 割」です。これを料理に例えるなら「良い素材を見つけること＝リサーチ」に 8 割の労力を使い、「それを料理すること＝セールスライティング」に 2 割の労力を使うのです。

巷で大げさに宣伝されているコピーライティングのテクニックというのは、スパイスのようなものです。料理の仕上げの最後のひと振り程度の塩加減のようなものです。テクニックは素材、つまりターゲット（相手）に対する正しい理解があって、はじめて効果を発揮するのです。

「２、信じない」を越える方法

「信じない」を越える方法はとてもシンプルです。

それは、断言することです。

たとえば、「〇〇かもしれません」、「〇〇のように言われています」という表現ではなく、「〇〇です」、「〇〇が可能になります」というように、必ず断言してください。

ターゲット（相手）は、自分の問題（悩み、痛み、苦境）の解決策を探すためにあなたのセールスレター
を読んでいるのです。

その解決策を提供しているあなたの言っていることが「〇〇かもしれません」、「〇〇のように言われています」というように、とても自信なさそうな曖昧な言い回しであれば、あなたを信用する以前の問題としてターゲット（相手）は、あなたに「頼りなさ」を感じてしまいます。

もちろん、断言するからには断言する理由、根拠、証拠、事例を明確に示さなくてはなりません。Reason Why を徹底してください。つまり、何かの主張をしたら必ず理由、根拠、証拠、事例をセットで提示するのです。

あなたが「自信」と「確信」を持って断言することの背景にある理由、根拠、証拠、事例をどれだけ示せるかは、あなたが普段からどれだけ「ターゲット（相手）の問題についての解決策」に関心を持ち、その解決のための取り組みを継続しているかにかかっています。

この点においても近道はありません。地道ですが正しい道を着実に行くことこそ、最大の近道なのです。

「３、行動しない」を越える方法

最後に、ターゲット（相手）があなたのセールレターの内容に興味を持ち、文章を読み進める中であなたのことを信用してくれたとしても、最終的にターゲット（相手）に行動してもらわなければ、あなたの書いたセールスレターは失敗です。興味を持ち、信用してもらったとしても最後、行動してもらわなければ失敗なのです。

自分自身のことを考えれば、思い当たりことはいくらでもありますが、人は怠惰な生き物です。

人はたとえ、自分が信じたこと、良いと思ったことでも「忙しい」、「面倒くさい」という理由で、いとも簡単に後回しにしてしまう生き物なのです。

ターゲット（相手）に確実に行動させ、決してその行動を後回しにさせないための具体的方法として、

・ターゲット（相手）にして欲しい行動を明確に書く。
・セールスレターの内容を要約する。
・ターゲット（相手）の行動の障害となるものをすべて取り除く。
・期限を設定し、その期限の妥当性を明確に示し、その期限を守る。
・行動することのメリット、行動しないことのデメリットを書く。

ということがあります。

興味・関心や信用・信頼はもちろん重要ですが、最終的には「行動」こそが「結果」を生み出すのです。

ターゲット（相手）があなたのセールスレターを目にしてから、行動するまでの場面を具体的に思い描き、この「３つの壁」を越えていけるようなセールスレターを書いていきましょう。

11-4.「コピーライティングの極意」のまとめ

「コピーライティングの極意」とはセールスレターを書くときには常に、下記を意識して書くことにあります。

・「４つの原則」
１、ターゲット（相手）を明確にする。
２、目的を明確にする。
３、ストーリーを明確にする。
４、ターゲット（相手）にとってのベネフィット（便益）を明確にする。

・「３つの壁」
１、読まない、聞かない
２、信じない
３、行動しない

・「３つの壁を越えるための３つの方法」
１、ターゲット（相手）の興味・関心を引く。
２、断言し、その理由、根拠、証拠、事例を示す。
３、ターゲット（相手）にして欲しい行動を明確にし、期日とその根拠を明確にし、相手の行動の障害となっているものをすべて取り除く。

くれぐれも様々な小手先のテクニックに惑わされないでください。一見、華々しく見えるコピーライティングの様々なテクニックよりも、この「コピーライティングの極意」をしっかりと意識して書くことの方が重要です。

なぜなら、「コピーライティングの極意」をどれだけ押さえることができるかが、セールスライティングの結果の８割を左右するからです。

コピーライティングのテクニックよりも「極意」をしっかりと押さえよう！

もしかしたら、すでにあなたは気付いているかもしれませんが、この「コピーライティングの極意」は、セールスレターを書くことだけでなく、あなたの実際の仕事と生活の場面で使うことができます。

想像してみてください。

今まで、あなたの話に耳を傾けることすらしてくれなかったあなたの意中の相手が、次第にあなたの話に興味を示し、納得し、最終的にはあなたの提案に従って行動する姿を・・・。

それは、「コピーライティングの極意」を理解し、実践することで可能になるのです。

12.「本物のプロフェッショナル」を目指すあなたへ

あなたに質問があります。

「本物のプロフェッショナル」とは何でしょうか？

プロフェッショナルとは問題解決できる人のこと。問題解決できる人は、自分の頭で考え、自分の言葉で語る。

僕が考える「本物のプロフェッショナル」とはクライアントの問題、つまり、相手の悩み、痛み、苦境を理解・共感し、それを解決できる能力を持つ人物です。

プロフェッショナルはクライアントの抱える難問を解決します。

それゆえに、人よりも多くの稼ぎを手にすることが可能となります。誰にでもできることであれば、その仕事に高い価値はつきません。もし、あなたが本物のプロフェッショナルを目指すのなら「自分の頭で考えること」、そして「自分の言葉で語ること」が不可欠です。誰かの受け売りでは、いずれボロが出てきます。

そうはいっても最初から自分の頭で考え、自分の言葉で語ることはなかなかできないと思います。そこで、まずは良質な知識を十分にインプットすることをお勧めいたします。

というか、まずはあれこれ考えずに、良質な知識を徹底的に頭に叩き込み、そこから得た知識をあなたの状況に合わせて実践してみてください。その繰り返し作業を行うことによって「様々な知識」と「あなた自身の体験」が有機的に結びつき、気が付けば自然に「自分の頭で考えること」、そして「自分の言葉で語ること」ができるようになってくるのです。

さて、ここで、あなたに僕がこれまで得てきた知識・情報の中で、僕が今でも何度も繰り返して、復習している効果実証済の知識とダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）の情報源を紹介します。

良質なアウトプットを出すには、良質なインプットが欠かせません。勉強しているだけでは当然、成果は出ませんが、良質なアウトプットを出し続けるためには常に、良質な情報にアクセスできる状況を自ら創り出す必要があります。

僕もまだまだ、これらの知識のすべてを実践できているわけではありませんが、この中の少しでも実践することができれば、あなたは驚くほどの成果を手にすることができると思います。というか、これらの知識のすべてを実践する前に、あなたは成功してしまうでしょう。僕も繰り返し学んで、実践中です。共に学び、実践し、そして結果を出していきましょう！

12-1. ネットビジネス大百科

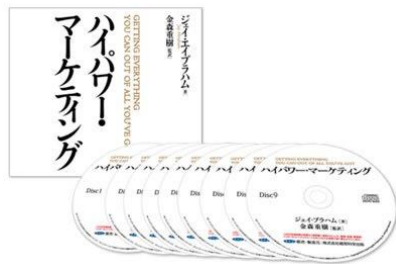
2007 年に発売されて以来、今でも売れ続けている伝説の教材です。2007 年当時と今とではネット環境は大きく変わりましたが、いつの時代でも通用する普遍的なものになっています。また、教材のタイトルは「ネットビジネス大百科」となっていますが、その内容はネットビジネスに限らず、すべてのビジネスで使える内容であることも長く売れ続けている要因です。その評価はもはや鉄板です。特にコピーライティングをこれから学ぼうとする人は必須の基本教材です。僕のセールスライターとしての第一歩はここから始まったといっても過言ではありません。
→「ネットビジネス大百科」のお試しページはこちら
→HIRO の「ネットビジネス大百科」のレビューはこちら

12-2. テッド・ニコラスのコンサルタント起業成功法則大全

僕は今、コンサルタントと呼ばれる人たちの収入を増やすことのお手伝いをしています。実は、その土台となっているのはこの「テッド・ニコラスのコンサルタント起業成功法則大全」です。本業であれ副業であれ、何かのコンサルタントとして起業するということは、あなたはお客さんにとっての問題解決をするコンサルタントであると同時に、コンサルティングビジネスの経営者になるということです。つまり、あなたは「自分の専門領域だけを鍛えればいい」のではなく常に自分の実績と能力を棚卸して、コンサルティングの機会を見出し、そのチャンスを利益に変える経営感覚が必要です。そして、費用をかけないマーケティング戦略を実行し、最大の利益を上げ続けられる料金を設定し、そして、コンサルティング契約を結ぶという一連の「経営」を行わなければなりません。それができなければ、あなたがどんなに素晴らしい専門知識を持っていたとしても、コンサルタントとしてどんなに優秀でも、継続的な売り上げと利益を確保することはできません。セールスライターも 1 人のコンサルタントであり経営者です。“自分自身”をうまく経営するための“イロハ”が書かれた僕の座右の書です。
→「テッド・ニコラスのコンサルタント起業成功法則大全」のお試しページはこちら
→HIRO の「テッド・ニコラスのコンサルタント起業成功法則大全」のレビューはこちら

12-3. ウェブ・セールスコピーの法則

この本は、僕がウェブ上でセールスコピーを書くときに常に座右に置いているものです。「ウェブ・セールスコピーの法則」は、ホームページだけでなくメルマガなどのＥメールの使い方、そして、「副業からでも始められるウェブ・セールスコピーライターとしてのキャリア（職業人生）の作り方」まで具体的に解説されている実務書です。
→「ウェブ・セールスコピーの法則」のお試しページはこちら
→HIRO の「ウェブ・セールスコピーの法則」のレビューはこちら

12-4. ハイパワー・マーケティング

マーケティングを学ぶために色々な教材を買って時間を浪費するぐらいなら正直、マーケティングに関してはこれを徹底的に理解して、実践することから始めることをお勧めします。なぜなら、この「ハイパワー・マーケティング」はおそらく体系的にマーケティングを学ぶには、もっとも情報がまとまっているものだからです。

オーディオブック形式なので通勤時間や隙間時間を使って聞くことができます。ですので、かなり効率的にマーケティングの基礎知識を学ぶことができます。「ハイパワー・マーケティング」はこれからマーケティングを学んでいくにあたっての「知識の骨組み」になってくれるものです。僕はマーケティングを学び始めた最初の頃、この「ハイパワー・マーケティング」を徹底的に聞きましたが、今でも基本を確認したり、マーケティング施策で迷った時は定期的に復習するようにしています。
→「ハイパワー・マーケティング」のお試しページはこちら
→HIRO の「ハイパワー・マーケティング」のレビューはこちら

12-5. ダン・ケネディの NoB.S.（屁理屈抜き）マーティングレター

即パクって使える事例やアイディアが満載の
NOBSマーケティングレター

この「ダン・ケネディの NoB.S.（屁理屈抜き）マーティングレター」は、アメリカで最大のダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）のニュースレターです。すでに効果が実証されているダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）の実践事例が豊富に紹介されていて毎月、ダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）の最新情報があなたの元に届きます。また、机上の空論ではなく、アメリカと日本で効果が実証された生きた事例やアイディアが詰まっているので、この中から一つでも実践すれば、結果は大きく変わります。この情報源はあなたのビジネスを改善・改革すると同時に、あなたのクライアントを助けるための心強い情報源となるでしょう。
→「ダン・ケネディの NoB.S.（屁理屈抜き）マーティングレター」のお試しページはこちら
→HIRO の「ダン・ケネディの NoB.S.（屁理屈抜き）マーティングレター」のレビューはこちら

12-6. インターネットビジネスマニュフェスト

これはある程度、自分でビジネスをしている人ならまさに、目から鱗の情報です。「チャンスを追い求めるのではなく、戦略を持ってビジネスを行うことの重要性」とその具体的な方法が紹介されている本・DVD です。
→「インターネットビジネスマニフェスト」のお試しページはこちら
→HIRO の「インターネットビジネスマニフェスト」のレビューはこちら

ネタ晴らしをするようですが、以上が僕の大事にしている情報源です。僕はそんなにたくさんの情報源を持っていません。なぜなら、情報があり過ぎると逆に混乱してしまい、行動できなくなってしまうからです。僕の仕事は学者ではなく、現実に行動を起こしながら自分自身と自分のビジネスを成長させることにあります。そのためには、信頼できる情報源をいち早く見つけて、あとはそれを自分のビジネスのビジョン、戦略・戦術に応用させて使い倒していくことが大事なのです。どんなに良い知識・情報も使わなければ、何の価値もありませんので。

第３部　セールスライターとして腕を磨く：副業から第一歩を踏み出す

13. 副業からはじめてセールスライターになる方法

それでは、セールスライターになるためには具体的に、何をどうすればいいのではないでしょうか？

ここからは具体的に、セールスライターとして第一歩を踏み出す方法についてお話していきます。

セールスライターになるためには、何か特別な資格が必要なわけではありません。

極端な話をしてしまえば、名刺に「セールスライター」という肩書を書いてしまえば、その日からあなたはセールスライターになることができます。弁護士免許、医師免許のようなものも必要ありません。

正しい場所にたどり着くためには、**正しい努力**が必要です。

セールスライターは「挑戦する勇気」と「学び、改善し続ける行動力」
があれば、誰でもなることが可能です。年収 1000 万以上を稼ぐセールスライターになることだって可能になります。

ただし、やみくもに努力することはお勧めしません。正しい場所に辿り着くためには、正しい努力をする必要があります。

最短距離は「３つの武器」と「３つのスキル」を身に着けること

その正しい努力とは「３つの武器」と「３つのスキル」を身に着けることです。この「３つの武器」と「３つのスキル」とは、稼ぎ続けている人たちが必ず持っているスキルです。人によって「３つの武器」と「３つのスキル」の強さは異なりますが、とにかく稼ぎ続けるためには「３つの武器」と「３つのスキル」のバランスが必要不可欠です。

ですので、この「３つの武器」と「３つのスキル」を強めることに意識を集中し行動することで、
あなたの目指す場所に最短距離で近づくことができるようになります。

安易さを求める心こそ、最大の敵

でも、「最短距離」といっても、決して「安易な道」ではありません。「安易さ」を求めるのであればおそらく、この先の僕の話はあなたのものではありません。

世の中には「最短距離」はあっても「安易な道」はありません。なぜなら、成功を掴みとるためには「安易さを求める考え方そのもの」が最大の障害になるからです。「安易さを求める考え方」は一刻も早く捨て去る必要があります。なぜなら、あなたが成功できないばかりでなく、「安易さを求める気持ち」を持ったあなたは、「安易さを求める人」を対象にビジネスを行っている人たちの絶好の餌食になってしまいます。

最大の敵とは、自分自身の安易さを求める気持ちです。

たとえばよく今、よく見る「３日で〇〇できる！」、「1 日 10 分の作業で億万長者！」みたいなキャッチコピーの商品が溢れているにも関わらず、そのキャッチコピー通りになった人がほとんど生まれない原因は、「安易さを求める心」そのものが問題なのです。この場合、皮肉にも販売者はガッポリと儲けられるかもしれませんが、販売者の商品を買って、継続的に儲けられる人はほとんどいません。

安易な幻想を捨て去り、現実を直視すること。そして、その現実に甘んじるのではなく、自分自身の理想を描き、その理想に向かって具体的に行動し、改善し続けること。真の成功はこの考え方と姿勢、そして行動からしか生まれません。これは、あなたの成功にとって最も重要なことですので、常に心に留めておいてください。

道しるべを持て

成功者は皆、個性的です。そして、その「個性」とは「いつの時代においても変わらぬ原理原則」と「その人独自の圧倒的な試行錯誤」から生まれるものです。

「他の人には簡単に真似のできないもの」

それこそが競争の源泉となります。

この「３つの武器」と「３つのスキル」とは、あなたがあなたの置かれた環境において、最大限の試行錯誤を行うための「道しるべ」となるものです。あなたの成功に関する答えは、何かの「テンプレート」や「マニュアル」の中にはありません。それらをいくら探しても、見つけることはできません。

僕は、サラリーマンであれ、セールスライターとしてのキャリアであれ、何かに挑戦する多くの人たちを見てきて、挑戦中に挫折してしまう多くの理由は失敗・敗北・挫折・困難に直面した時に、自分自身を支える「道しるべ」を見失ってしまうからだと考えています。

逆に、揺るぎない「道しるべ」さえあれば、あなたが挑戦の途中で必ず経験することになる失敗・敗北・挫折・困難は「壁」ではなく「糧」となり、経験から得た「糧」をあなたにしかない「強み」へと変えていくことができます。

つまり、「道しるべ」さえ持っていれば、ピンチさえもチャンスに変えることが可能となるのです。成功と失敗の分岐点は、知識や能力ではなく、根本的には揺るぎない自分自身の「道しるべ」を持っているか否かで決まるのです。

それでは、この「３つの武器」と「３つのスキル」のエッセンスについて説明したいと思います。

「３つの武器」とは何か？

「３つの武器」とは、

１、相手の役に立つ「差別化された独自性（USP）」
２、勝利の方程式（勝つための必殺技）
３、ウェブ上の見込み客集客システム

のことです。

13-1.相手の役に立つ「差別化された独自性（USP）」とは？

相手の役に立つ「差別化された独自性（USP）」とは、他ではない「あなたが選ばれる理由」のことです。

ビジネスを行う上で最悪なことは他と比較され、安値で叩かれることです。

「相手があなたを選ぶ以外の選択肢はない状態になるために自分は今、何をするべきか？」

について考え続け、それを創り上げるために試行錯誤を重ねていきましょう。

僕はよく、

「商品・サービスを差別化することが難しい・・・」

「そうは言っても、すぐに真似されてしまう・・・」

という悩みを聞きますが、その解決策はとても簡単です。

それは、ミュージシャンやアーティストのように「あなたの独自の世界観」を創り上げ、語り、それを言葉だけでなく行動として示すことです。ミュージシャンやアーティストのファンはただ、彼らの作品を消費するのではなく、ミュージシャンやアーティストの独自の世界観や生き方に共感してファンになるのです。

多くの人は商品・サービスの特徴ばかりを気にしますが、お客さんが本当に欲しているものは、お客さんが抱える問題や欲求の解決策であり、その解決策を与えてくれる人なのです。

つまり、独自性を打ち出すためにあなたがすべきことは、商品・サービスばかりにとらわれるのではなく、あなた自身が相手の頼れる問題解決者としてのセルフイメージを持ち、それを具体的な言動を通して、見込み客や顧客に確実に伝えることにあるのです。そうすれば、その姿勢が自然と商品・サービスに宿り始めます。

具体的な例として、ドミノ・ピザの事例があります。

「熱々のピザを 30 分以内にお届けします。できなければ代金は頂きません」

これが、ドミノ・ピザの強力で有名な差別化された独自性（USP）です。

差別化された独自性（USP）とは「マーケットに対するあなたの独自の存在価値であり、見込み客が他のライバルではなく、あなたを選ぶ理由」のことです。

ドミノ・ピザの例でいえば、当時の米国ではドミノ・ピザよりもおいしいピザを提供するピザ屋はたくさんありました。しかし、当時の米国では味はおいしくとも冷めたピザが届くことが当たり前でした。そこで、ドミノ・ピザは冷めたピザにがっかりしているお客さんの問題を解決すべく、おいしさで勝負するのではなく、熱々のピザを 30 分以内に届けることに集中したのです。その結果、ドミノ・ピザは信じられないほど急成長したのです。

このように、あなたのターゲット（見込み客）が抱える問題、痛み、苦境、願望、そしてまだ満たされていない欲求に関心を持ち続けてください。それから、ターゲット（見込み客）をただ商品・サービスを買ってくれる人ではなく、彼らをあなたの大切な友人と考えてください。そう本気で思えるからこそ、あなたは彼らにとって役立つ独自の解決策が見つけることができるのです。そして、それがあるからこそ、あなたは顧客から選ばれる存在となっていくのです。

13-2. 勝利の方程式（勝つための必殺技）

継続的に稼ぎ続けることができる人は必ずと言って良いほど、「勝つための得意技」を持っています。

例えば、

・メルマガを発行して、セールスをすると 6%が成約する。

・セミナーを開催するとセミナーに参加した人のうち、20%の人と契約できる。

・WEB 広告を打てば、週に 10 件の問い合わせが来て、そのうちの 2 件〜3 件と契約できる。

というように勝利の方程式（勝つための得意技）を持っているということは、お客さんが欲しい時には、いつでも増やせる、稼ぎたい時はいつでも稼げるという安心感につながるのです。

では、どうやってその勝利の方程式（勝つための必殺技）を見つけ出すのか？

試行錯誤するしかありません。勝利の方程式（勝つための必殺技）は机上ではなく、現場での試行錯誤から紡ぎ出されていくのです。

＊勝利の方程式（勝つための得意技）を作る具体的な方法については、こちらを参照してください。
↓↓↓
コンサルタント起業成功法則大全：「自分の能力」をお金に変える方法

この本にはコンサルタントが行う集客方法、値決め、時間管理に至るまで、具体的に紹介されています。自分自身の知識・技術・経験を売っている人は常に、手元に置いておいた方が良い本になります。

13-3. ウェブ上の見込み客集客システム

あなたは、お客さんが欲しいと思った時にはいつでも勝利の方程式（勝つための得意技）に当てはめれば、お客さんを獲得することができます。

ではその時、どんな集客システムがあればいいのでしょうか？

重要なポイントがあります。あなたの集客システムを、

集客システムは、あれこれ手を出さずに、ブログ、無料レポート、メルマガに絞り込む。

・ブログ
・無料レポート
・メルマガ

の３つに絞り込んでください。

よく You tube やフェイスブック、twitter など流行りの媒体をたくさんやろうとする人がいますが、最初にこれをやってしまうと力が分散してしまうので、避けてください。まずは、無料の CMS（Contents Management System）である Word Press でウェブサイトを作ってください。そして、そこを核にして、あなたの独自コンテンツを蓄積させていくのです。

くれぐれもアメブロや FC2 などの無料ブログを使うことは避けて下さい。

なぜなら、無料サービスというものは、広告が出てしまったり、利用制限があったりとその運営サイトの意向に大きく左右されてしまうからです。

万が一、なんらかの理由でブログの利用停止になってしまった場合、せっかくあなたがコツコツと蓄積してきたコンテンツが一夜にして消滅してしまう可能性もあります。もし、そうなってしまった場合、あなたは無料で使っている立場なので文句は言えません。

WordPress でサイト・ブログ（自分の持ち家のようなもの）をつくるためには最低限、ウェブサイト上に自分独自のサーバー（土地のようなもの）とドメイン（住所のようなもの）を持つ必要があります（無料ブログは借家のようなものになります）

初心者でも簡単に WordPress（ワードプレス）で集客装置を作る方法

セールスライターとして活動するためには、独自の「集客システム」を持つことが絶対に必要です。なぜなら、「集客システム」があなたの代わりに 24 時間 365 日働いてくれるあなたにとって心強い武器になるからです。その「集客システム」こそが WordPress（ワードプレス）で作るホームページです。

WordPress（ワードプレス）でホームページを作るメリットは「HTML の知識」がなくても誰でも簡単にホームページをつくれてしまうことです。しかも、そのホームページはすでに SEO 対策がされていて、ホームページのレイアウトやデザインも自由自在に変えることができます。

つまり、一旦、WordPress(ワードプレス)でホームページを作ってしまえば後は、あなたの見込み客の役に立つ記事をたくさん書いて、それをホームページ上に蓄積していくことに専念することができるのです。つまり、WordPress(ワードプレス)を活用することにより、あなたは高いホームページ作成ソフトを買ったり、SEO 対策を一生懸命に学ぶ必要がなくなります。

＜あなたがするべきこと＞
-良質な情報をインプットすること
-良質な情報をアウトプットすること

僕は、ただでさえ忙しいあなたの貴重な時間をホームページ作りや SEO 対策に使って欲しくないのです。あなたの貴重な時間は、あなたの見込み客にとって役に立つ情報を発信すること、そして、良質な情報をインプットすることだけに使ってください。お金を生み出す源泉はここにあります。それ以外の作業や情報は、必要ですが収益を直接生み出すことのない活動です。どうか様々な情報に惑わされずに、あなたの貴重な時間は「付加価値の高い活動」に集中して使うようにしてください。

とても大切なことなので、もう一度言います。あなたの貴重な時間は、あなたの見込み客にとって役に立つ情報を発信すること、そして、その情報を生み出すことに必要となる良質な情報のインプットに使ってください。

良質な情報をインプットすれば、良質な情報をアウトプットできるようになります。逆に、「どうしようもない情報」ばかりインプットしていれば、アプトプットも「どうしようもない情報」になります。情報の良し悪しについては、最初は判断がつかなかったり失敗してしまうこともありますが、それも貴重な経験になります。

究極的には、情報の良し悪しを判断するだけでなく、どんな情報からでも何かを学び取れる自分になることこそが、あなたが目指す理想の状態なのです。

なぜ、WordPress でホームページを作る必要があるのか？

それでは、なぜ、WordPress（ワードプレス）でホームページを作る必要があるのでしょうか？他ではダメなのでしょうか？

必ず WordPress（ワードプレス）でホームページを作ってください。他ではダメです。明確な理由があります。

理由①：WordPress（ワードプレス）には SEO 効果があるから

なぜなら、WordPress（ワードプレス）には Google 検索の責任者や SEO 対策の天才も認める SEO 効果があるからです。

SEO とは「SEARCH ENGINE OPTIMIZATION」の略で、簡単に言ってしまえば Google や Yahoo!の検索結果のページ

の表示順の上位に自らのホームページを表示させることができるように工夫することです。せっかく一生懸命に書いた記事はできるだけ多くの人に見てもらいたいですよね。そのために必要なことが SEO 対策なのです。

WordPress を使えば、何か特別なことをしなくても SEO に強く、また、SEO 対策がされているページも簡単に作れてしまいます。したがって、あなたは、あなたの情報を必要とする人たちに役立つ記事づくりに安心して専念することができます。そして、本質的には「誰かの役に立つ記事づくり」をどれだけ徹底して続けられるかが、最大の SEO 対策となるのです。

あなたが記事を書けば書くほどページが増え、ページが増えれば増えるほど、見込み客があなたのホームページを訪れる可能性が高まっていきます。つまり、自分の労力を惜しみさえしなければ、有料で広告を打っているのと同じかそれ以上の効果が無料で得られるのです。

たとえば、このように「WordPress （ワードプレス）は SEO に効果的である」ということは、SEO の専門家が認めています。

WordPress is a great choice. WordPress automatically solves a ton of SEO issues. WordPress takes care of 80-90% of(the mechanics of)SEARCH Engine OPTIMIZATION (SEO)

＜日本語訳＞
ワードプレスを選ぶことは、非常に良い選択です。なぜなら、ワードプレスは、SEO に関する多くの問題を自動的に解決してくれて、SEO（サーチエンジン最適化）の手法の 80%～90%に対応するように作られているからです。

出典：Matt Cutts、「WordCamp San Francisco 2009」
　　　マット・カッツ（Matt Cutts）-Google の検索エンジンを開発する部門の責任者の一人

理由②：WordPress（ワードプレス）は世界で最も普及している CMS だから

WordPress(ワードプレス）は無料で使えることはもちろん、カスタマイズも自由自在にできるため、ホームページ編集ソフトの能力の限界に制約されることのない「独自性あるサイト作り」を行うことが可能です。

WordPress (ワードプレス) は事実上、**世界的スタンダード**になっている.

そして、WordPress（ワードプレス）の一番の特徴は、その利用者の多さにあります。ウェブサイトに関する調査を行っている「　　」は、WordPress は世界で 60.6%のマーケットシェアがあると発表しています。このデータが示すように、WordPress は数ある CMS（Content Management System）の中で最も普及しているものなのです。

Our **vision**

Provide the most reliable and most extensive source of information on web technology usage.

In our web technology surveys you can see the most popular technologies in these categories.

Content Management Systems

Most popular content management systems

© W3Techs.com	usage	change since 1 January 2015	market share	change since 1 January 2015
1. WordPress	23.3%		60.6%	-0.1%
2. Joomla	2.9%		7.5%	-0.1%
3. Drupal	2.0%		5.1%	
4. Blogger	1.1%		2.9%	
5. Magento	1.1%		2.8%	

percentages of sites

Fastest growing content management systems since 1 January 2015

© W3Techs.com	sites
1. WordPress	178
2. Bitrix	68
3. Drupal	41

daily number of additional sites in the top 10 million

出典：http://w3techs.com/

理由③：利用者にとってたくさんのメリットがある

WordPress（ワードプレス）を理由する具体的なメリットには、このようなものがあります。

・個人利用、商用利用も無料
・エックスサーバーやさくらインターネットなど、多くのレンタルサーバーで利用可能
・プログラム（ソースコード）が公開されており、自由にカスタマイズすることができる
・外部業者に頼らなくても自分自身で制作・更新することができる
・特別なソフトや知識が無くても簡単にホームページを作成・更新する事が可能になる
・利用者が多いので書籍やウェブ上での情報が豊富。悩んだりつまずいたりしても、
　解決につながるヒントがたくさんある

・WordPress（ワードプレス）の日本語ローカルサイトでは、ヘルプが充実している
・プラグインが充実している。WordPress（ワードプレス）には、世界中のユーザーが自ら作成し、善意で公開している機能拡張プログラムがあります。これをプラグインといい、誰でも簡単な操作で自分のサイトに組み込めるようになっています。プラグインの数は、公式に公開されているだけでも 20,000 種類以上あり、その数は今でも着々と増え続けています。

理由④：有名サイトが数多く WordPress（ワードプレス）を利用している

WordPress（ワードプレス）は、数多くの有名企業が導入しています。 つまり、WordPress（ワードプレス）を導入することで、あなたもすぐに有名企業の仲間入りをすることができるのです。しかも無料で。

あの有名企業も使っていた！WordPress 厳選 31 社

WordPress のホームページを作るために必要なこと

WordPressは無料ですが、ホームページを公開するためには「ホームページを置いておく場所」が必要となります。この場所がレンタルサーバーです。レンタルサーバーを使うには、有料で契約する必要があります。レンタルサーバーは必ず用意する必要がありますので、そこはケチらずにしっかりと投資するようにしましょう。

レンタルサーバー Xserver
さくらのレンタルサーバ スタンダード

サーバーの操作方法・WordPress の導入方法

サーバーの操作方法・WordPress の導入方法については迷ったら、エックスサーバーのマニュアルをご覧ください。PC があまり得意でない人は最初のうちは大変かと思いますが、ここは楽をして人に任せようとせずに、必ず自分でやってください。サーバー、WordPress はあなたの大切な情報発信基地です。自分の部屋は自分で片づけるように、自分の情報発信基地も自分でメンテナンスできるようになりましょう。特別な知識や技術は一切必要ありません。

さくらのレンタルサーバ | さくらインターネット公式サポートサイト

Xserver ｜ マニュアルトップ

無料 WordPress テーマ（テンプレート）「BizVektor（ビズベクトル）」を導入しよう

「BizVektor（ビズベクトル）」とは、株式会社ベクトルが提供する無料の WordPress テーマ（テンプレート）です。

株式会社ベクトルは、ただあるだけのホームページではなく結果を追求するホームページ制作、そして、中でも WordPress を活用したウェブサイト構築を最も得意としている会社です。

「BizVektor（ビズベクトル）」 は企業サイト向けのスマートフォン対応テーマという事に加えて、圧倒的な使いやすさも相まって、非常に沢山の中小企業・個人事業主・店舗などに利用されています。また、上級のウェブ制作者～一般の素人まで幅広く対応する構造になっているため、様々な書籍でも紹介されています。

「BizVektor（ビズベクトル）」は基本的に無料で使用することができます。有償サポートもありますが、こちらは必要に応じて活用するようにしましょう。まずは、「案ずるよりも産むが易し」、「習うより慣れろ」の精神で「BizVektor（ビズベクトル）」を実際に使ってみてください。特別な知識や技術がなくても、プロ並みのホームページができてしまうことに、あなたは驚くでしょう！

WordPress と「BizVektor（ビズベクトル）」の使い方については、この本を参照してください。
↓↓↓
いちばんやさしい WordPress の教本 人気講師が教える本格 Web サイトの作り方

ホームページ制作に関する料金の多くは、その工数（かかった時間）によって決まります。すなわち、ゼロからプログラムやデザインを作れば作るほど工数がかかり、料金は上がっていってしまうのです。

一方、「BizVektor（ビズベクトル）」のような高機能なテンプレートを利用して制作すれば、その工数のほとんどをカットすることができます。高いクオリティを保ったまま、無料でプロ並みのホームページが構築できてしまうのです。

これまで、ホームページが作成できないことが障害となり、一歩を踏み出せなかったとしたら、あなたにとって、さくらインターネットやエックスサーバーなどのレンタルサーバーと「BizVektor（ビズベクトル）」の導入は、最も良い投資のひとつになることでしょう。

集客装置をつくるために、あなたが投資すべきものは何か？

月々のレンタルサーバー代とあなたの時間、そしてあなたの専門分野を整理し、それを欲する人たちに役立つ記事を作り続けることに対する情熱です。ぜひ試してみてください。

3 つのスキルとは何か？

「３つの武器」、

１、相手の役に立つ「差別化された独自性（USP)」
２、勝利の方程式（勝つための必殺技）
３、ウェブ上の見込み客集客システム

があれば売上はすぐに上がります。しかし、残念ながら、どんなビジネスにおいても、それは永遠に使えるものではありません。

なぜなら、ビジネスを行っている以上、

・業界内の競争が激化する。
・新規参入業者が現れる。
・代替サービスが現れる。
・顧客との力関係が変わる。
・協力業者との力関係が変わる。

これらの変化からは、決して逃れることはできないからです。

このような変化に伴って、あなたの「３つの武器」である独自性、必殺技、集客システムはどんどん陳腐化していきます。あなたは、ライバルの参入やマネから完全に逃れることはできません。

そこで何が必要かというと、新たに「3 つの武器」を作り出す力です。

それが「3 つのスキル」です。

「3 つのスキル」とは、

１、コピーライティング・スキル
２、マーケティング・スキル
３、プロジェクトマネジメント・スキル

です。

13-4. コピーライティング・スキル

コピーライティング・スキルはビジネスのドライバーです。車にたとえれば、エンジンのようなものです。

あなたがどんなに優秀でも、ビジネスに対する溢れる情熱を持っていたとしても、それを文章にしてカタチにすることができなければ、ビジネスを前に進めることはできません。

それらをカタチにして、より多くの人々に届けることができるスキルこそが、コピーライティング・スキルなのです。

コピーライティングは個人の影響力を最大化する.

それから、あなた個人の影響力を何倍にもしてくれるものがコピーライティング・スキルです。

あなたにコピーライティング・スキルがあって、自分の「思い」や「考え」を目の前にいるクライアントだけに届けていたのでは、それがどんなに良いものであっても、それはなかなか世の中の多くの人々には伝わっていきません。

だからこそ、コピーライティング・スキルを身に着けること、そして、それをインターネット上で展開するスキルであるウェブ上でのコピーライティング・スキルを身に着けることが重要になってくるのです。

どんなに魅力的な商品も戦略も、それを言葉や文章にして多くの人々に届けることができなければ、ビジネスを1mm も前に進めることはできません。

また、コピーライティング・スキルは「すべてのビジネスの土台」となる重要なスキルですので、あなたの本業においても必須のスキルなのです。

コピーライティング・スキルは「スキル」なので、誰でも身に着けることができます。しかし、サッカーや野球などのスポーツと同じで、定期的にトレーニングをしなければ当然、上達することはありませんし、使わなければ錆びついてしまいます。

コピーライティング・スキルを本気で身に着けようと思ったら、知識をインプットするだけではダメです。現実の仕事や生活に応用してみて、はじめて身に付くものなのです。ぜひ、明日からでもあなたの目の前の仕事や実生活で、コピーライティング・スキルを使ってみてください。そうすれば、少しずつあなたの仕事の成果が変わってくることでしょう。

13-5. マーケティング・スキル

あなたのビジネスが継続できるかどうかは、あなたの行うマーケティングで決まります。

マーケティングとは何か？

あなたはこの質問に答えることができるでしょうか？

マーケティングの権威であるフィリップ・コトラーは次のように語っています。

「マーケティングとセールスが同じものであるという確信は、一般人とビジネスマン双方が抱いている、ありふれた誤った見解である」

マーケティングとセールスには明確な違いがあります。

マーケティングとは、あなたがターゲットとする市場に働きかけて、あなたの商品・サービスに対する需要を喚起することです。これについて、マネジメントの生みの親であるピーター・ドラッカーはこのように言っています。

マーケティングの目的は、セールスを不要にすることである。

–ピーター・ドラッカー

この言葉がマーケティングのすべてを表しています。

一方で、セールスとは、マーケティングによって集まった見込み客に対して、商品・サービスを販売することです。

スポーツ用品メーカーのナイキが有名スポーツ選手を起用して、CM するのと同じように、あなたが市場に対して発信する無料レポート、動画、音声、ウェブサイト、そのすべてがマーケティングなのです。

実は、このレポートは「あなたの仕事と生活を変える手助けをしたい。このレポートを読んでくれたあなたの人生を変えることに貢献したい」という思いで書きましたが、同時にこれは僕のマーケティング素材の一つでもあるのです。

僕は、僕が実践の中で得た知識と経験、成果を生み出すためのシステムを通して、あなたを手助けするためのシステムを売っています。しかし、それは何もしなければあなたに伝えることができません。

僕が言っていることが偽物ではなく本物であり、僕が約束を果たすことができる人物であるとあなたに信じてもらうためには、僕の言っていることは、どのようにすれば達成することができるのかを明確に示す必要があったのです。その答えの一部がこのレポートなのです。

マーケティングを実践して、
自らの力で顧客を創造しよう。

今後、あなたがビジネスを続ける限り、自分の力でクライアントを集め続けなければなりません。偶然に頼っている限り、いつまでたってもビジネスを安定化させることはできません。

そのために必要なスキルことが、マーケティング・スキルなのです。

13-6. プロジェクトマネジメント・スキル

プロジェクトマネジメント・スキルとは、簡単に言えば物事の着手力、実行力、改善力のことです。

ビジネスは改善の連続であり、改善はビジネスです。

あなたがどんなに素晴らしいアイディア・知識を得たとしても、直ちに着手し、実行して、改善を繰り返していくだけのエネルギーと忍耐がなければ、何の成果も生み出すことはできません。

ビジネスとは**改善の連続**であり、ビジネスとは**改善**である。

おそらく、あなたは僕が提案する「３つの武器」を創り出し、継続的に「３つのスキル」を磨いていくことを決意し、行動を始めた時に最大の課題となることは自分自身の「時間管理」と「モチベーション管理」だと思います。

「時間管理」と「モチベーション管理」の方法については、それこそ膨大な書籍やノウハウがあるので、それぞれのやり方に合った方法を取り入れれば良いと思いますが、それぞれについて、絶対に外してはならないポイントがあります。

まず、「時間管理」についてですが僕の経験上、最高に効果がある時間管理とは、コピーライティングとマーケティングに対する時間・労力・お金の投資を惜しまないということです。

「To-Do リスト」を作ってやるべきことを可視化するとか、隙間時間を活用するとか、電話や不要な会議などは極力排除するとかといった方法は 2 次的なものです。

僕は、ビジネスとは究極的には「価値」を創り出し、その「価値」を伝え、その「価値」を認めて購入してもらった結果として利益が与えられる。そして、利益が与えられたということは、その利益を使ってさらに高い「価値」を創り出すことを顧客や社会から許されたと解釈しています。

つまり、コピーライティングとマーケティングの役割は、その「価値」を創り出し、伝えることの源泉になるものなので、そこにいかに投資できるかが勝負になってくるのです。

「価値」がないことをやる「価値」はない。

「価値」がないものをいくらがんばって効率化しても当然、結果なんか出ません。やる「価値」のないことなら、うまくやる「価値」もないのです。

次に、「モチベーション管理」ですが、僕は高い成果を出し続けるためには、常に高いセルフイメージを持ち続けることが最も大事なことだと考えています。セルフイメージとは、自分自身に対する自分の意見です。つまり、自分のことを自分はどう思っているかということです。

何でもそうだと思いますが、新しいこと、周囲の誰もがやっていないことに挑戦する上で、あなたが必ず遭遇するものに「そんなこと、お前にできるわけがない」という他人と自分の意見があります。

どうかそんなものには、負けないでください。

大抵、そんな意見を言う人に限って、自分自身では何もやっていません。あなたはそんな人の意見に耳を傾ける必要はありません。あなたが耳を傾けるべき意見は、あなたの目標や計画を達成するために必要な勇気づけ、アイディア、そしてサポートをしてくれる人の意見です。

それから、世の中には、２種類の発想をする人がいることもぜひ、覚えておいてください。

１種類は「できない理由」を考えることに優れた人、もう１種類は「できる理由」を考えることに優れた人です。

何の根拠もない楽観主義に流されてはダメですが自分の頭で考えながら、できる理由を次々と考え出し、それを確実に実践して検証を繰り返すこと。本当の意味で成功する方法は、それ以外にはないと僕は思っています。

有言実行。
自らを危険に晒せ！

世の中には確かに幸運、不運は存在すると思いますが、挑戦し続けるあなた自身の姿勢こそが、幸運を引き付けることも確かな事実です。

「有言実行」

精神論ではなくこれこそが、これからのビジネスパーソンが持たなければならない成功の成果を生み出すための基本姿勢であると僕は確信しながら、今日もビジネスを行っています。

あなたは今日、何を宣言し、何を実行しますか？

その毎日の「あなたの答え」の蓄積があなたの最高の未来、そしてあなただけでなく、あなたの力によって元気になった会社、そしてその会社が集まる社会の未来を築く礎となっていくのです。

少し大きな話になってしまいましたが、これこそがビジネスを行う醍醐味であり、ビジネスの面白さなのです。

ぜひ、ともに頑張りましょう。僕もまだまだコピーライティングとマーケティング、そしてビジネスについて学び続けながら、圧倒的な成果を残していくつもりです。

14. 不景気でも最高の投資先とは？

億万長者からのアドバイス

米 Forbes（フォーブス）が 2015 年 3 月 2 日に発表した世界の長者番付ランキングの第 3 位にも入ったウォーレン・バフェット氏はこのように言っています。

「どんなに深刻な不況の中でも、決して変わることのない最良の投資対象がある。それは自分自身である」

このように「最良の投資対象は自分」と考えている人には、１つの共通点があります。

それは「成功者」であるということです。彼らは、自己投資を惜しみません。また、スキルや知識の修得のための投資だけでなく、「経験」や「人脈」への投資も惜しみません。

自分の将来の可能性について正面から受け止め、「経済的に価値のあるスキル」であるセールスライティングを習得する上で、今ほどのチャンスはありません。また、セールスライティングのスキルは今だけでなく、あなたが退職してからもずっと必要とされるであろうものなのです。

残念ながら今、この日本においては 50 歳以上の転職・再就職は非常に厳しいものがあります。あなたの優秀さに関係なく、今の会社はあなたをリストラするかもしれません。その時、あなたを助けるものがセールスライティングのスキルであり、「セールスライターとしてのキャリアの選択」なのです。

本気で想像してみてください。

ずっと望んでいた家族との時間を楽しんでいる。ずっとやりたいと思っていた趣味を始める。ずっと行きたいと思っていた旅行に出かける。ずっと欲しいと思っていたものを買う。そして、これまで以上に自分の健康を維持し、自分を成長させるための投資ができるようになった自分の姿を。

セールスライターとしてのあなたには、そのための時間もお金もあるのです。

あなたは「セールスライターとしてのキャリア」を選択しますか？

それならここをクリックしてください。“平凡な毎日”にお別れして自由で、時間や場所に縛られずに働くことができる、やりがいのあるセールスライターとしてのキャリアを最短距離で進みたいなら、こちらをチェックしてみてください。

サラリーマンの大逆襲：誰かを見返してやりたいと思っているあなたへ